

Fakultät Medien

Düringer, Carsten

Die Rolle der Medien in Konflikten am
Fallbeispiel Sri Lanka

- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Rosbach v. d. Höhe – 2009

Fakultät Medien

Düringer, Carsten

Die Rolle der Medien in Konflikten am
Fallbeispiel Sri Lanka

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Erstprüfer

Zweitprüfer

Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold

Dr. paed. Dietmar Döring

Rosbach v. d. Höhe – 2009

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	6
Einleitung	7
1. Mediengesellschaft – Annäherung an eine gesellschaftliche Selbstbeschreibung	9
1.1 Die Wirklichkeit der Medien	10
1.2 Mediennutzung im Wandel	11
1.3 Informationsüberlastung und Selektionszwang	13
1.4 Informieren ist selektieren: Journalismus ist ein Vertrauensgut	14
1.5 Vom Ereignis zur Nachricht	16
1.5.1 Zwei-Komponenten-Modell der Nachrichtenauswahl	17
1.5.1.1 Nachrichtenwert und Nachrichtefaktoren	18
1.5.1.2 Einflussfaktoren im Journalismus	20
1.5.1.2.1 Der Journalist als „Herdentier“	23
1.5.1.2.2 Das Janusgesicht der Medien	24
2. Auslandsberichterstattung	28
2.1 Das Fernsehen: „Kulturelle Metapher der westlichen Welt“	28
2.1.1 Fernsehnachrichten: Das Fenster zur Welt	30
2.2 Die Funktion der Auslandsberichterstattung (-Korrespondenten)	31
2.2.1 Die Informationsfunktion der Auslandsberichterstattung	32
2.2.2 Die Interpretationsfunktion der Auslandsberichterstattung	35
2.2.3 Nachrichtenagenturen	37
2.3 New World Information and Communication Order und Foreign Images Studie	40
2.4 Nachrichtengeographie	42
2.5 Fazit	47
3. Der vergessene Krieg	49
4. Medienwirkung	56
4.1 Agenda-Setting	57
4.2 Medien und außenpolitische Entscheidungen	58
4.2.1 Medienmacht oder Medienohnmacht?	59
Schluss	62
Literaturverzeichnis	67

Anlagen	75
Erklärung zur selbstständigen Anfertigung	77

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Nachrichtenfaktoren nach Winfried Schulz	19
Abb. 2: Einflussfaktoren im Journalismus	22
Abb. 3: Nutzungsmotive für die Medien im Direktvergleich	28
Abb. 4: Images der Medien im Direktvergleich	28
Abb. 5: ARD-Korrespondentennetz (Fernsehen)	33
Abb. 6: Vergleich zwischen AP und dpa	38
Abb. 7: Kategorisierung der Nachrichtengeographie	42
Abb. 8: Modell zur Stereotypisierung der Berichterstattung	43
Abb. 9: Top-20-Länder der Auslandsberichterstattung 2008	45
Abb. 10: Kontexte in der Inlands- und der Auslandsberichterstattung	53

Einleitung

Die Welt schaut auf den Irak und auf Afghanistan. Breites Interesse findet auch die Auseinandersetzung in Israel und den besetzten Gebieten im Gazastreifen und im Westjordanland. Doch es gibt unzählige weitere Kriege. Das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung zählt 345 Konflikte weltweit – 39 davon mit „massiver Gewaltanwendung“.¹ In der Öffentlichkeit spielen nur die wenigsten davon eine prominente Rolle. Einzelereignisse mit großen Opferzahlen rufen Kriege kurzfristig ins Bewusstsein der Weltöffentlichkeit, für die meisten trifft aber das Stichwort der „vergesenen Kriege“ zu.

„So ist das Leben“, sagt Oliver Eberhardt: „Großer Krieg toppt kleinen Krieg, ob es mir gefällt oder nicht. Letzten Endes muss ich das tun, was meine Heimatredaktion von mir verlangt, auch wenn ich selber gerne andere Wertigkeiten setzen würde. Wenn ich könnte, würde ich länger, besser recherchieren, Querverbindungen herstellen, tiefer in die Materie gehen. Aber dafür bleibt heute keine Zeit mehr.“²

Es sei eine Situation, an der eigentlich niemand wirklich Schuld sei: Nicht die Reporter, die das tun, was die Auftraggeber wollen, weil sie ja davon leben müssen. Nicht die Redaktionen, die ein Ereignis in den Vordergrund stellen, weil es jeder andere auch tut. Und auch nicht das Publikum, dessen Bewusstsein von den Medien geformt wird: *„Letzten Endes ist das gesamte System schuld“*, sagt die amerikanische Medienwissenschaftlerin Julie Harris. *„Die Themenauswahl verläuft heutzutage nahezu automatisch: Es wird berichtet, weil es alle anderen auch tun [...]. Es gibt kaum eine Redaktion, die mal einen Moment innehält und sich fragt, ob die eigene Berichterstattung wirklich richtig und sinnvoll ist – dazu ist das Produkt Information heutzutage viel zu schnell und viel zu kurzlebig: Es gilt 24 Stunden am Tag Nachrichtensender und Internetportale zu füllen und mit immer weniger Personal eine Zeitung voll zu schreiben. Man kann heutzutage rund um die Uhr Medien konsumieren und ist dennoch weniger informiert als vor zehn Jahren.“³*

Das Leid von Millionen von Menschen in Konflikt- und Krisengebieten bleibt so für die Weltöffentlichkeit weitestgehend unsichtbar. Geraten Konflikte erst in Vergessenheit, hat dies für die Betroffenen sehr oft fatale Folgen. Bei lang andauernden Krisen versiegen mit der Zeit die Hilfsgelder, Aufrufe der Hilfs- und Appelle der Menschenrechtsorganisationen stoßen kaum noch auf Interesse. Unsichere Situationen werden unsicherer, wenn die internationale Aufmerksamkeit und der Druck von außen entfallen.

¹ Vgl. HIIK 2008, S. 3

² Eberhardt 2006, o.S.

³ Zitiert nach ebd.

Brauchen die Konfliktparteien die Öffentliche Meinung nicht mehr zu fürchten, fällt oft die letzte Hemmschwelle.

Der Krieg in Sri Lanka zählt zu den „vergessenen Kriegen“. Ich möchte in der vorliegenden Arbeit der Frage nachgehen, warum dieser Krieg in der deutschen Medienberichterstattung keinen Niederschlag gefunden und allenfalls partiell für Schlagzeilen gesorgt hat.

Im 1. Teil möchte ich dazu zunächst die Bedeutung der Medien in unsere (Medien-) Gesellschaft herausstellen und die Entstehung von Medieninhalten beschreiben.

Im 2. Teil möchte ich mich dann auf die Auslandsberichterstattung konzentrieren. Welche Rolle spielen die Auslandskorrespondenten und Nachrichtenagenturen? Welche Strukturmerkmale weist die Auslandsberichterstattung auf? Welche Funktion soll Auslandsberichterstattung erfüllen und kann sie dieser überhaupt gerecht werden?

Im 3. Teil möchte ich dann auf den Krieg in Sri Lanka eingehen und Faktoren herausstellen, die diesen Krieg im Gegensatz zu anderen, in den Medien sehr prominent behandelten Konflikten, nicht aufweist.

Im 4. Teil möchte ich schließlich die Wirkung von Medien – insbesondere auf die öffentliche Meinung und außenpolitische Entscheidungen – darstellen.

Ich möchte in dieser Arbeit die große Bedeutung und Verantwortung der Medien herausarbeiten, die sie leider viel zu oft nicht wahrnehmen. Auch Medien können sich in den Dienst des Friedens und der Entwicklung stellen. Ein so gravierendes Geschehen wie Krieg darf nicht verborgen bleiben.

1 Mediengesellschaft – Annäherung an eine gesellschaftliche Selbstbeschreibung

„Mediengesellschaft“ ist ein geläufiges Etikett für die Epoche, die wir zu Beginn des 21. Jahrhunderts miterleben.⁴ Wie eine Vielzahl konkurrierender Konzepte⁵ ist der Begriff Ausdruck des Versuchs, das komplexe System der modernen Gesellschaft anhand eines einzelnen, hervorstechenden Merkmals zu beschreiben. Allerdings begann das Medienzeitalter schon vor dem Entstehen des ersten Massenmediums.⁶

Der amerikanische Philosoph und Pädagoge *John Dewey* stellte bereits 1916 fest, dass *„Gesellschaft nicht nur aufrechterhalten wird durch Kommunikation, sondern [...] überhaupt (erst) durch Kommunikation existiert“*⁷. Aus diesen Überlegungen folgert *Merten*, dass *„der Zustand einer Gesellschaft in enger Abhängigkeit von ihren Möglichkeiten und Mitteln der Kommunikation gesehen werden muss“* und betont dies, indem er feststellt: *„Die Evolution von Kommunikation ist die notwendige Voraussetzung für die Evolution von Gesellschaften.“*⁸ Angefangen bei der Sprache als erstes Medium der Kommunikation bis hin zur Zeitung als erstes Massenmedium: *„Unsere Gesellschaft war schon seit jeher medienbestimmt.“*⁹

Worauf also rekurriert der Begriff „Mediengesellschaft“, was ist heute anders als vor 1000, 500 oder auch nur 50 Jahren?

Im Unterschied zu damals, so *Jürgen Faulenbach*, ist "die Bedeutung der Massenmedien für die moderne Gesellschaft kaum zu überschätzen. Sie prägen das Bild der Menschen von ihrer Welt und ihrer weiteren Umwelt vielfach stärker als eigenes Erleben, als Schule oder andere Bildungsinstitutionen"¹⁰. *Luhmann* spitzt dies sogar noch stärker zu:

"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien."¹¹

4 Vgl. z.B. *Donges/Jarren* 2006, S. 28; *Merten* 1994, S. 154 f.

5 Die Suche in den Sozialwissenschaften nach der adäquaten Beschreibungsformel für das komplexe System der modernen Gesellschaft manifestiert sich in der Summe der Begriffe, die inzwischen bereitstehen (z.B. „Erlebnis-“, „Wissens-“ oder „Informationsgesellschaft“). Einer der intensiv debattierten Begriffe ist derjenige der „Mediengesellschaft“. Vgl. *Imhof/Blum/Bonfadelli et al.* 2004, S. 9 ff.

6 Im Jahre 1609 erschienen gleich zwei Zeitungen zum ersten Mal, die Straßburger „Meßrelationen“ und der „Aviso“ in Wolfenbüttel bei Braunschweig: Das erste Massenmedium war geboren. Vgl. *Merten* 1994, S. 151

7 *John Dewey* 1916 nach *Merten* 1994, S. 141

8 *Merten* 1994, S. 141

9 *Faulstich* 2002, S. 79

10 *Faulenbach* 2000, S. 2

11 *Luhmann* 2004, S. 9

1.1 Die Wirklichkeit der Medien

Der amerikanische Publizist *Walther Lippmann* beschrieb 1922, wie eine fiktive Miss Sherwin sich den Ersten Weltkrieg vorstellte: als bewaffnete Auseinandersetzung in Form eines Duells zwischen General Joffre und Kaiser Wilhelm II. Miss Sherwin war nie in Frankreich. Was sie vom Krieg in Europa zu wissen glaubte, war Zeitungsberichten entnommen; was sie aus der Presse erfuhr, konnte sie nicht mit persönlicher Erfahrung vergleichen. Aufeinanderprallende Millionenheere blieben Miss Sherwin buchstäblich unvorstellbar.¹²

Zur Erläuterung der Gedanken seiner Phantasiefigur verwies *Lippmann* auf die Kluft zwischen faktischer und medialer Realität: Medien verantworten durch ihre Berichterstattung einen großen Teil jener Vorstellungen, die sich nicht durch persönliches Erleben überprüfen und gegebenenfalls modifizieren lassen. Sie bilden eine eigene Realität, von Lippmann „pseudo-environment“ genannt.¹³

Die Frage, wie sich Medienrealität und Wirklichkeit zueinander verhalten, beschäftigt die Massenkommunikationsforschung schon seit mehr als 100 Jahren. Es gibt dazu dutzende empirische Untersuchungen¹⁴, die häufig zu dem Resümee führen, dass Medien die Wirklichkeit nicht repräsentieren.¹⁵ Die Schlussfolgerungen aus dieser Feststellung sind allerdings unterschiedlich, sie hängen im Wesentlichen davon ab, ob wir Realität an sich überhaupt erkennen können. Die Frage, ob Wirklichkeit tatsächlich existiert, beschäftigt die Philosophen seit der Antike und ist hier ganz sicher nicht zu klären. Für diese Arbeit spielt es letztlich auch keine Rolle, ob es eine Wirklichkeit gibt und die Medien diese darstellen bzw. „objektiv“ beschreiben können oder nicht.¹⁶

„Beobachten können wir – dies ist der entscheidende Punkt –, dass von den Medien zugetragene Wirklichkeiten von Zuschauern, Hörern oder Lesern häufig als Tatsachen angenommen werden, dass sie den Status objektiver Realitäten erlangen, an denen Menschen sich orientieren.“¹⁷

Wie für Miss Sherwin beruht der überwiegende Teil unseres Wissens über entfernte Ereignisse, andere Länder und Kulturen auf der Vermitt-

¹² Vgl. Lippmann 2004, S. S. 6 f.

¹³ Vgl. ebd., S. 8

¹⁴ Vgl. z.B. Schulz 1989, S. 135-149

¹⁵ Vgl. Meier 2007, S. 173

¹⁶ Dabei kann man drei Positionen unterscheiden, die man als „radikalen Konstruktivismus“, „Expressionismus“ und „Realismus“ bezeichnen kann (Vgl. Kepplinger 2009, S. 658). Der Mainstream der Journalistik geht inzwischen davon aus, dass der Journalismus eine Medienrealität konstruiert, die Basis für soziales Handeln ist (Vgl. Meier 2007, S. 178).

¹⁷ Kamps 1999, S. 23

lungsarbeit der Medien. Medien sind heute zweifelsohne das wichtigste und manchmal einzige Bindeglied zwischen unmittelbarer und mittelbarer Umwelt. Sie informieren uns über jene Dinge, die unsere schmale unmittelbare Wahrnehmung nicht erfassen kann. Eben dass macht sie zu Massenmedien, zu Informationsträgern, deren Aussagen sehr viele Menschen ansprechen, aber nur relativ wenigen durch persönliche Erfahrungen bekannt sind oder bekannt sein können. Je weiter wir unsere unmittelbare Umgebung verlassen, je mittelbarer wir wahrnehmen, desto abhängiger werden wir von den Medien; *„denn ob Realität und Medienrealität übereinstimmen, kann der Rezipient bestenfalls noch in der Lokalberichterstattung feststellen“*¹⁸.

Die Menschen in der „Mediengesellschaft“ verbringen die meiste Zeit in ihrem Leben – neben Schlafen und Arbeiten – mit der Nutzung von Massenkommunikation.¹⁹

„Diese steigende Tendenz belegt nicht nur den ungebrochenen Vormarsch in die Mediengesellschaft, sondern auch, wie die Modi menschlicher Erfahrung immer mehr an die Massenmedien abgetreten werden. Das hat u.a. zur Folge, dass die Medien neue Muster der Erfahrung liefern, die durch eigene, unvermittelte Erfahrungen nie abgerufen werden: Medien entfalten die Kommunikation und Kommunikation konstruiert Wirklichkeit.

Damit steigt der Einfluss der Medien auf die Wirklichkeitskonstruktion des einzelnen weiter an, so dass man – *in the long run* – die auf diese Weise zustande kommenden Wirkungen der Massenmedien ernst nehmen muss: Nichts ist wirksam und wirklich, was nicht in den Massenmedien konstruiert ist.“²⁰

1.2 Mediennutzung im Wandel

Technische Neuerungen haben die Entwicklung zur „Mediengesellschaft“ beschleunigt und verstärken den Trend noch immer. Neue Medien wie Internet, Videotext, Kabel- und Satellitenrundfunk ergänzen die herkömmlichen Medien Buch, Zeitung, Zeitschrift, Film, Radio und Fernsehen. Vor allem durch die Entwicklung und Verbreitung der elektronischen Medien

¹⁸ Halff 1998, S. 127

¹⁹ Reichweiten und Nutzungsraten der Medien belegen ihren seit Jahren steigenden Stellenwert im Alltag der Bevölkerung. Das Zeitbudget der Menschen für die Nutzung von Medien scheint dabei nahezu unbegrenzt erweiterbar: Zwischen 1980 und 2005 hat sich der Medienkonsum der Deutschen fast verdoppelt – von knapp sechs auf zehn Stunden im Schnitt pro Tag. Vgl. Ridder/Engel 2005, S. 424

²⁰ Merten 1994, S. 158 f.

kam es zu einer wahren „*Explosion von Kommunikationsmöglichkeiten*“²¹, die in der Menschheitsgeschichte beispiellos ist.²²

Seit *Walther Lippmann* über Miss Sherwin schrieb, haben sich – angetrieben durch den technischen Wandel, durch die Kommerzialisierung und Globalisierung der Mediensysteme – die Möglichkeiten der Medien gewaltig gewandelt. Seit dem Aufkommen und der raschen Verbreitung der elektronischen Medien – speziell des Fernsehens – hat Massenkommunikation überdies eine neue Qualität erhalten, wie uns *Wolfgang Kenntemich*, Chefredakteur des MDR-Fernsehens, beschreibt:²³

„In der Tat haben wir es in den letzten 15 Jahren mit sich dramatisch verändernden Rahmenbedingungen zu tun gehabt. Früher, bis etwa Mitte, vereinzelt sogar bis Ende der 80er Jahre, wurden Filme noch vom Korrespondenten auf ein Flugzeug gebracht und durch die Heimatredaktion vom Flughafen wieder abgeholt. Dann kamen sie ins Kopierwerk, mussten am Film-Schnittplatz mit Schere und Kleber bearbeitet werden. Oft erst zwei, drei Tage später waren die Auslandsberichte endlich auf Sendung.“²⁴

Heute haben die elektronischen Medien die Kommunikationsbarrieren Raum und Zeit überwunden; das „globale Dorf“ scheint Wirklichkeit geworden zu sein.²⁵ Während sich das Leben früher hauptsächlich in einem überschaubaren und durch persönliche Erfahrungen vertrauten Lokalraum abspielte, nehmen wir heute via Medien an Ereignissen auf der ganzen Welt teil. Das Fernsehen kann Ereignisse von der unmittelbaren Nachbarschaft bis hin zum entferntesten Winkel unserer Erde live in jedes Wohnzimmer transportieren. Durch das Internet, aber auch durch Radio- und Fernsehprogramme, stehen rund um die Uhr Nachrichten zur Verfügung. Und während die ersten Zeitungen im 17. Jahrhundert nur Leser aus den gebildeten (Ober-) Schichten informierten, wird heute über die Medien so gut wie jeder von uns erreicht.²⁶

21 Luhmann 1997, S. 302

22 So vergrößerte sich z.B. allein das Programmangebot von Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen binnen 30 Jahren (1960 bis 1990) um etwa das Dreißigfache (3000 Prozent). Vgl. Merten 1994, S. 154

23 Schulz 1997, S. 11

24 Kenntemich 2009, o.S.

25 *Marshall MacLuhan* hat mit Blick auf die elektronischen Medien von einem globalen Dorf gesprochen: Real existierende Distanzen würden durch ihr Potential überwunden. Vgl. MacLuhan 1964

26 89% der Bevölkerung sehen täglich fern, 84% hören täglich Radio, 28% nutzen täglich das Internet und 51% nehmen täglich eine Tageszeitung zur Hand. Vgl. Ridder/Engel 2005, S. 424

1.3 Informationsüberlastung und Selektionszwang

Nie war es für jeden einzelnen einfacher, sich über das Weltgeschehen zu informieren. Doch während das Angebot kontinuierlich steigt, bleibt die menschliche Verarbeitungskapazität fixiert, sodass gelegentlich eine Informationsüberlastung beklagt wird.²⁷ Neben die Komplexität der Welt tritt die des medialen Angebots. *„Der Anteil der nichtbeachteten Informationsangebote wird immer größer und dürfte über 90 Prozent aller Informationen ausmachen.“*²⁸ Die „Mediengesellschaft“ kennzeichnet sich also durch eine besondere Ambivalenz: Mit der Informationsfülle steigt nur bedingt die Fähigkeit vieler Adressaten, Informationen zu finden und zu nutzen. Nach Berechnungen werden nur 1,6 Prozent der täglich von Presse, Radio und Fernsehen angebotenen Informationen tatsächlich genutzt:²⁹ *„Neben eine Informationsflut tritt das Phänomen der verpassten Information.“*³⁰

Andererseits sehen sich auch die Medien einem immer größeren Selektionszwang ausgesetzt, denn trotz ihrer rasanten Expansion *„steigt das Informationsaufkommen im vormedialen Raum insgesamt viel stärker als die Verarbeitungskapazität der Medien“*.³¹

Dazu Merten/Westerbarkey:

*„Trotz enorm gesteigerter Mobilität, Medienvielfalt und Nachrichtenproduktion sind wir daher nicht viel weitergekommen als Sokrates, der noch unterstellte zu wissen, dass er nichts wisse. Ungezählte Hindernisse blockieren den Zugang zu einem Großteil des Weltgeschehens, und der permanente Zwang zu extremer Selektivität steht der 'Sturzflut' von Informationsangeboten unversöhnlich gegenüber. Die Paradoxie des 'Informationszeitalters' liegt im Antagonismus von universellem Öffentlichkeitsanspruch und chronisch knapper Aufmerksamkeit und hat zur Folge, dass Massenkommunikation nur durch temporäre Ignoranz der meisten Informationsangebote zu realisieren ist.“*³²

Es ist offensichtlich, dass es den Medien nicht möglich ist, jedes potentiell interessante Ereignis zu vermitteln. Sie sind abhängig von den Darstellungsmöglichkeiten ihrer jeweiligen medialen Plattform: Räumliche und zeitliche Begrenzungen schränken mediale Berichterstattung auf einen kleinen Ausschnitt der Wirklichkeit ein. Wie Miss Sherwin besitzen wir eine „Pseudo-Umwelt“, eine Welt, gleichsam strukturiert, vorselektiert und angeboten durch die Medien.

27 Vgl. Schulz 1994, S. 139

28 Bonfadelli 1994, S. 21

29 Vgl. Schulz 1994, S. 139

30 Meckel/Kamps 1998, S. 15

31 Schulz 1994, S. 139

32 Merten/Westerbarkey 1994, S. 199

1.4 Informieren ist selektieren: Journalismus ist ein Vertrauensgut

„Journalistische Wirklichkeitskonstruktion läuft nicht beliebig ab, sondern folgt ganz bestimmten Routinen.“³³ Wesentliche Merkmale der journalistischen Wirklichkeitskonstruktion sind die Darstellungsformen (Nachricht, Kommentar, Reportage etc.) und die Berichterstattungsmuster³⁴. Man kann sie als „Schemata“ bezeichnen, die Ordnung in die journalistische Kommunikation bringen.³⁵

„Ohne Routinen und ohne standardisierte Schemata könnte einerseits die journalistische Produktion nicht arbeitsteilig organisiert und hochgradig aktuell erfolgen. Journalisten lernen die Schemata in ihrer Ausbildung und redaktionellen Sozialisation. Andererseits wäre das Publikum immer wieder überfordert, aus der Flut der Medienangebote sinnvoll und nutzbringend auszuwählen.“³⁶

Auch die Mediennutzer erlernen diese Schemata im Laufe ihrer Sozialisation (Elternhaus, Schule etc.).

„Auf die Schemata können sich die Produzenten und Rezipienten verlassen; sie reduzieren Unsicherheit und steuern die Erwartungen zwischen Anbietern und Nutzern.“³⁷

Die Nachricht ist das bekannteste und am häufigsten genutzte Medienangebot, sie gilt als Elementarform journalistischen Mitteilens.³⁸ Nachrichten prägen das Bild der Tageszeitungen, sie schärfen aber auch das Profil von Hörfunk und Fernsehen; *„außerdem bilden Nachrichten die Informationsgrundlage für andere Darstellungsformen“*³⁹.

Was aber genau ist eine Nachricht? Nachricht und Neuigkeit werden oft miteinander verwechselt. „Eine Zeitungs-, Radio- oder Fernsehnachricht ist eine Neuigkeit – genauer: eine Mitteilung über ein aktuelles Ereignis, für das ein öffentliches Interesse besteht [...]“⁴⁰ „Neuigkeit ist die bislang un-

33 Meier 2007, S. 179

34 Journalisten orientieren sich u.a. an bestimmten Strategien, die als „Berichterstattungsmuster“ bezeichnet werden (z.B. Investigativer oder „Objektiver“ Journalismus). Sie beschreiben Varianten von Rollenbildern und Berufsauffassungen, die zu einem Teil ihrer persönlichen Einstellung, der redaktionellen Routinen und der allgemeinen Berufskultur geworden sind – und die Medienrealität mit prägen. Vgl. Meier 2007, S. 183

35 Vgl. Schmidt/Weischenberg 1994, S. 235 f.

36 Meier 2007, S. 180

37 Ebd., S. 179

38 Vgl. Ruhrmann 1994, S. 255

39 Reumann 2009, S. 131

40 Schulz 2009, S. 359

bekannte Information, Nachricht deren journalistisch bearbeitete Fassung.“⁴¹

Die Informationsfunktion als öffentliche Aufgabe der Massenmedien verpflichtet sie zu einer möglichst „umfassenden“, „aktuellen“ und „vollständigen“ Berichterstattung.⁴² Keine Medienberichterstattung ist und kann – wie beschrieben – jedoch auch nur im Entferntesten „vollständig“ sein, sie ist ihrem Wesen nach das Gegenteil:

„Ereignisse werden erst dadurch zu Nachrichten, dass sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden. Nur durch die Unterbrechung und Reduktion der raum-zeitlichen Kontinuität und der Ganzheit des Weltgeschehens lässt sich Realität umsetzen in Nachrichten.“⁴³

Kein Medium kann „vollständig“ die komplexe Wirklichkeit abbilden. Nachrichten sind damit notwendigerweise Selektionsprodukte, Ereignisse, die aus der Gesamtheit aller Geschehnisse zur Berichterstattung ausgewählt wurden. Letztlich ist eine Nachricht also das, was Journalisten und Produzenten als Nachricht bezeichnen. Diese Ansicht teilt auch *Ted Turner*, der Gründer von CNN: „*What is news? News is what you as news directors interpret it as. News is what we at CNN interpret it as.*“⁴⁴

Nur ein Bruchteil der täglichen weltweiten Geschehnisse kann tatsächlich zur Nachricht werden. „*Insgesamt, so wird geschätzt, gelangt nur ein Prozent des Weltgeschehens zur Kenntnis der Medien, neunundneunzig Prozent dieses einen Prozentes werden weiter aussortiert.*“⁴⁵

Nach *Schulz* setzt bereits die Definition eines Realitätsausschnitts Auswahl und Interpretation voraus.⁴⁶ Er spricht damit zwei zentrale Aspekte der Nachrichtenvermittlung an: Die Auswahl von Nachrichten und – untrennbar damit verbunden – die Interpretationen. Die Auswahl wird – mehr oder weniger bewusst – von uns in Kauf genommen, schließlich möchte niemand wissen, dass in China der berühmte Sack Reis umgefallen ist. Den Medien kommt damit die Aufgabe zu, das Weltgeschehen zu beobachten, zu strukturieren und hinsichtlich der Relevanz zu bewerten. Es wird von ihnen erwartet „*ein zwar reduziertes, jedoch hinsichtlich der relevanten Aspekte vollständiges Bild der Realität zu vermitteln*“⁴⁷. Die Entscheidung darüber, welche Aspekte des Weltgeschehens für den Rezipienten relevant sind, betrifft die Frage der Interpretation.

41 Schulz 2009, S. 359

42 Vgl. Tonnemacher 2003, S. 47

43 Schulz 1976, S. 9

44 Zitiert nach Meckel/Kamps 1998, S. 17

45 Kamps 1999, S. 96

46 Vgl. Schulz 1976, S. 9

47 Eilders 1997, S. 13

„Die moderne Mediengesellschaft verlässt sich auf die durch den Journalismus konstruierte Wirklichkeit – trotz aller Kritik am Journalismus und trotz aller Skepsis, ob das denn alles richtig und wichtig ist, was wir lesen, sehen oder hören.“⁴⁸

Journalismus ist ein Vertrauensgut: Wir vertrauen darauf, dass die Journalistinnen und Journalisten alle für uns relevanten Informationen auswählen und dass diese richtig sind, also bestimmte Realitätstests überstanden haben.

„Auf diese Erwartungen hat der Journalismus mit der Entwicklung professioneller Arbeitsweisen – den journalistischen Routinen – reagiert: Die Selektionskriterien können mit den Nachrichtenfaktoren beschrieben werden; die Realitätstests beruhen auf den professionellen Kriterien der journalistischen Recherche. Journalismus würde seine gesellschaftliche Orientierungsleistung nicht erfüllen können, wenn er beliebig vorginge.“⁴⁹

Informieren ist Selektieren, *„Information wird stets von Nicht-Information begleitet“*⁶⁰, Nachrichten müssen in unserer komplexen Welt eingeordnet und bewertet werden. Nicht dass dies geschieht, ist das eigentliche Beachtenswerte, vielmehr die Kriterien, nach denen dies geschieht. Der Tod bestimmter Menschen scheint eine Nachricht wert zu sein, der vieler anderer nicht. Manch eine Demonstration wird zur Nachricht des Tages, ähnliche Formen politischen Handelns werden von den Medien nur peripher beachtet. Was uns zu der Frage führt: Welche Ereignisse sind für Journalisten nachrichtenrelevant?

1.5 Vom Ereignis zur Nachricht

Der Eindruck, die Realität werde nicht so dargestellt wie sie sei und Skepsis gegenüber den medialen Auswahlkriterien, motivierte eine Vielzahl von Untersuchungen zur Nachrichtenauswahl. *„Traditionell unterscheidet die Kommunikationsforschung mehrere Forschungsrichtungen zur Beschreibung und Erklärung der Nachrichtenauswahl: die Gatekeeper-⁵¹, die Nachrichtenwert-⁵², die News-Bias-Forschung⁵³ und den Framing-Ansatz⁵⁴.“*⁶⁵

48 Meier 2007, S. 14

49 Meier 2007, S. 14

50 Kamps 1999, S. 61

51 Betont eher die individuellen bzw. organisatorischen Einflüsse auf Nachrichtenauswahlentscheidungen. Vgl. Kunczik/Zipfel 2005, S. 241-245

52 Stellt die Merkmale der der Berichterstattung zugrunde liegenden Ereignisse sowie die relativ große Homogenität journalistischer Auswahlkriterien in den Vordergrund. Vgl. Kunczik/Zipfel 2005, S. 245 ff.

Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, jeden dieser Ansätze darzustellen. Stattdessen will ich auf ein Modell verweisen, welches die verschiedenen Ideen dieser Ansätze integriert. Das ist deshalb möglich, weil sich die verschiedenen Ansätze keineswegs ausschließen, sondern bei der Beschreibung der Einflussfaktoren in erster Linie andere Schwerpunkte setzen (siehe Fußnoten).⁵⁶

1.5.1 Zwei-Komponenten-Modell der Nachrichtenauswahl

Kepplinger argumentiert, dass man jede journalistische Publikationsentscheidung auf zwei Faktoren zurückführen kann und schlägt deshalb ein *Zwei-Komponenten-Modell der Nachrichtenauswahl* vor.

„Alle Selektionstheorien müssen Informationen über zwei Komponenten enthalten – die Kriterien der Selektion und die Merkmale der zu selektierenden Objekte.“⁵⁷

Denn:

„Ein Ereignis ist nicht schon deshalb berichtenswert, weil es eine Eigenschaft aufweist – z.B. in der näheren Umgebung geschehen ist. Eine Meldung ist nicht schon deshalb publikationswürdig, weil sie den entsprechenden Nachrichtenfaktor besitzt – in diesem Fall den Faktor „räumliche Nähe“. Berichtenswert ist das Ereignis und publikationswürdig ist die Meldung darüber nur deshalb, weil Journalisten die Tatsache, dass ein Ereignis in der näheren Umgebung stattgefunden hat, für ein bedeutsames Selektionskriterium halten.“⁵⁸

Die Ereignismerkmale, um die es bei der Nachrichtenauswahl geht, werden als Nachrichtenfaktoren bezeichnet. Inwieweit allerdings bestimmte Merkmale ein Ereignis für Journalisten berichtenswert machen, hängt maßgeblich von der zweiten Komponente, den Selektionskriterien ab. Sie bestimmen, welchen Nachrichtenfaktoren Journalisten ein hohes und welchen ein niedriges Gewicht für ihre Publikationsentscheidung beimessen. Würden verschiedene Journalisten bzw. Mediengattungen und Einzelme-

53 Greift in erster Linie die politischen Einstellungen bzw. Linien der Journalisten und Medien heraus, um Unausgewogenheiten in der Berichterstattung zu erklären. Vgl. Kunczik/Zipfel 2005, S. 266-271

54 Betrachtet Nachrichten-Auswahlentscheidungen aus einer eher psychologischen Perspektive und fragt, welchen kognitiven Interpretationsrahmen in diesem Zusammenhang eine Rolle spielen. Vgl. Kunczik/Zipfel 2005, S. 271-276

55 Vgl. Ruhrmann/Göbbel 2007, S. 3

56 Vgl. Kunczik/Zipfel 2005, S. 241

57 Vgl. Kepplinger 1998, S. 20

58 Kepplinger 1998, S. 20

dien den Nachrichtenfaktoren kein unterschiedliches Gewicht beimessen, müssten alle Medien gleich berichten.⁵⁹

Bei der Nachrichtenauswahl handelt es sich folglich nicht um einen Automatismus, der durch Kenntnis der Eigenschaften von Ereignissen bestimmt werden könnte. Über die Ereignismerkmale hinaus existiert eine Vielzahl weiterer Selektionskriterien und Einflussfaktoren.

„Die bei einem Medium jeweils anzutreffende Kombination von Einflüssen bestimmt demnach, welche Aufmerksamkeitskriterien und Selektionsregeln für die dort arbeitenden Journalisten maßgeblich sind und welchen Nachrichtenfaktoren deshalb eine besondere Bedeutung beigemessen wird.“⁶⁰

1.5.1.1 Nachrichtenwert und Nachrichtenfaktoren

Nachrichtenfaktoren sind bestimmte Merkmale von Ereignissen, die deren Nachrichtenwert bestimmen. Je ausgeprägter diese Merkmale sind und je mehr Faktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto größer ist dessen Chance, als Nachricht beachtet zu werden.⁶¹ Dabei entscheidet der Nachrichtenwert nicht nur darüber, ob ein Ereignis berichtenswert ist oder nicht, sondern auch, wie stark es von den Medien durch Umfang, Platzierung und Präsentation herausgestellt wird.⁶²

Das Konzept der Nachrichtenfaktoren ist in den letzten vier Jahrzehnten häufig empirisch überprüft und dabei kontinuierlich weiterentwickelt worden.⁶³

59 Vgl. Ruhrmann/Göbbel 2007, S. 23

60 Ruhrmann/Göbbel 2007, S. 9

61 Vgl. Schulz 1997, S. 69

62 Vgl. Ruhrmann/Göbbel 2007, S.19

63 Vgl. Ruhrmann/Göbbel 2007, S.3

Abbildung 1: Nachrichtenfaktoren nach Winfried Schulz

<u>Dimension</u>	<u>Faktor</u>	<u>Definition</u>
Status	Elite-Nation	je mächtiger die beteiligte(n) Nation(en)
	Elite-Institutionen	je mächtiger die beteiligte(en) Institution(en) oder Organisation(en)
	Elite-Person	je mächtiger, einflussreicher, prominenter die beteiligten Akteure
Valenz	Aggression	je mehr offene Konflikte oder Gewalt vorkommen
	Kontroverse	je kontroverser das Ereignis oder Thema
	Werte	je stärker allgemein akzeptierte Werte oder Rechte bedroht sind
Relevanz	Erfolg	je ausgeprägter der Erfolg oder Fortschritt
	Tragweite	je größer die Tragweite des Ereignisses
	Betroffenheit	je mehr das Ereignis persönliche Lebensumstände oder Bedürfnisse einzelner berührt
Identifikation	Nähe	je näher das Geschehen in geografischer, politischer oder kultureller Hinsicht
	Ethnozentrismus	je stärker die Beteiligung oder Betroffenheit von Angehörigen der eigenen Nation
	Emotionalisierung	je mehr emotionale, gefühlsbetonte Aspekte das Geschehen hat
Konsonanz	Thematisierung	je stärker die Affinität des Ereignisses zu den wichtigsten Themen unserer Zeit
	Stereotypie	je eindeutiger und überschaubarer der Ereignisablauf
	Vorhersehbarkeit	je mehr das Ereignis vorherigen Erwartungen entspricht
Dynamik	Frequenz	je mehr der Ereignisablauf der Erscheinungsperiodik der Medien entspricht
	Ungewissheit	je ungewisser, offener der Ereignisablauf
	Überraschung	je überraschender das Ereignis eintritt oder verläuft

Quelle: Schulz 1997, S. 70 ff.

Nachrichtenfaktoren können verschiedenen Dimensionen zugeordnet werden. Hier: Auslandsberichterstattung.⁶⁴

§ **Status:** Die Wahrscheinlichkeit einer Selektion wächst in dem Maß, wie eine Nachricht ein Geschehen von regionaler (Bedeutung einer Region) oder nationaler Zentralität (politische, wirtschaftliche und militäri-

64 Vgl. Schulz 1976, S. 32 ff.

sche Bedeutung eines Landes) betrifft oder wie einflussreiche Persönlichkeiten (v.a. Politiker) oder andere Prominente beteiligt sind.

- § **Valenz:** Nachrichten werden begünstigt, die ein konflikthaltiges (d.h. offen aggressives) oder kriminelles Geschehen beinhalten, in denen durch Unfälle oder Katastrophen Schaden entsteht oder die im Gegenteil einen weit reichenden, qualitativen Durchbruch auf einem bestimmten Gebiet beschreiben.
- § **Relevanz:** Massenmedien selektieren bevorzugt Nachrichten, die räumliche, politische oder kulturelle Nähe erkennen lassen, die also bspw. aus dem Nachbarstaat, aus der Europäischen Union/NATO oder dem westlichen Kulturraum stammen, oder die deshalb von Relevanz sind, weil ein größerer Kreis der Medienproduzenten und/oder Konsumenten sich von einem Ereignis individuell betroffen fühlt.
- § **Identifikation:** Die Tatsache dass ein Geschehen personalisiert ist (eine handelnde Person steht im Mittelpunkt) oder dass es ethnozentristisch ist (ein Ereignis findet im eigenen Land statt), kann die Nachrichtenauswahl begünstigen.
- § **Konsonanz:** Medien bevorzugen Ereignisse, deren Anfang und Ende klar abgrenzbar und deren Dauer sich nicht länger als über einige Stunden erstreckt. allerdings werden auch Themen bevorzugt, die langfristig eingeführt worden sind und die journalistische Aufmerksamkeitschwelle bereits überwunden haben.
- § **Dynamik:** In der Medienberichterstattung werden überraschende, d.h. unerwartete, unvorhersehbare und ungewöhnliche Ereignisse und Entwicklungen bevorzugt. Über strukturell weniger komplexe Ereignisse wird häufiger berichtet als über komplexe Entwicklungen.

1.5.1.2 Einflussfaktoren im Journalismus

Journalismus ist in Deutschland ein freier Beruf: Auf der Basis von Artikel 5 des Grundgesetzes hat jeder „das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten“⁶⁵. Viele Menschen, die den Beruf des Journalisten ergreifen, glauben deshalb „sie würden einen ‘freien Beruf’ wählen – ‘frei’ in dem Sinne, dass die berufliche Tätigkeit weitgehend selbstbestimmt ist. [...] Dies darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass diverse Einflüsse und Zwänge die Arbeit von Journalisten beeinflussen.“⁶⁶

65 GG (idF v. 15.07.2004), §5 I, 1

66 Kunczik/Zipfel 2005, S. 159

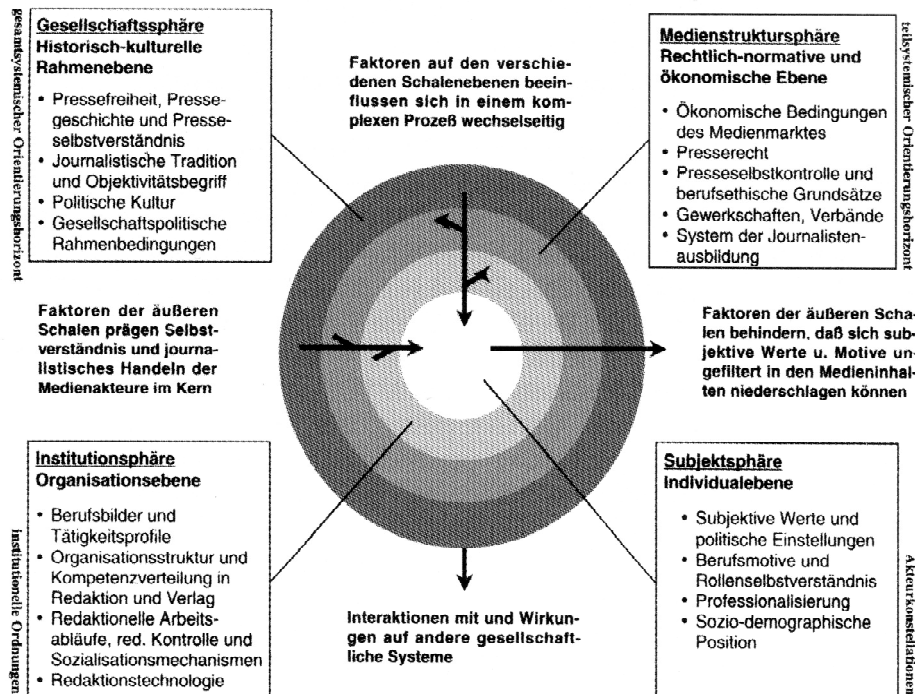
Verschiedene Autoren haben versucht, die Einflussfaktoren auf den Journalismus zu systematisieren und zu klassifizieren.⁶⁷ Trotz einiger Unterschiede im Detail, gehen die meisten Modelle von unterschiedlichen Einflussebenen aus, die sie hierarchisch anordnen. So unterscheidet Esser vier Sphären (bzw. Ebenen) von Einflüssen auf den Journalismus, die er als Subjekt-Sphäre (Individualebene), Institutions-Sphäre (Organisationsebene), Medienstruktur-Sphäre (rechtlich-normative und ökonomische Ebene) und Gesellschafts-Sphäre (historisch-kulturelle Rahmenebene) bezeichnet.⁶⁸

Zur **Subjekt-Sphäre** gehören alle Faktoren, die in der Person des Journalisten liegen (z.B. individuelle Berufsmotive, persönliche politische Meinung, demographische Merkmale oder Publikumsbild); zur **Institutions-Sphäre** solche, die dem Medienbetrieb bzw. der Redaktion zugeordnet werden können (z.B. technische Arbeitsbedingungen, innere Pressefreiheit, redaktionelle Linie oder publizistische und ökonomische Ziele der Medienorganisation); zur **Gesellschafts-Sphäre** zählen die historisch-kulturellen Rahmenbedingungen, die die Gesellschaft eines Landes insgesamt prägen, sich deshalb auf die Arbeit der Journalisten und damit letztlich auf die Medieninhalte auswirken (z.B. soziale und politische Kultur oder Traditionen eines Landes, historische Entwicklung von Presse und Pressefreiheit); zur **Medienstruktur-Sphäre** kann man schließlich alle rechtlich-normativen professionellen oder ökonomischen Faktoren rechnen, die einen gleichen oder ähnlichen Einfluss auf alle Medienorganisationen eines Landes ausüben (z.B. Bedingungen des Presserechts, berufsethische Grundsätze, System der Journalistenausbildung, allgemeine konjunkturelle Lage oder allgemein verbreitete Kriterien der Nachrichtenauswahl).

67 z.B. Donsbach 1987 oder Scholl/Weischenberg 1998

68 Das von Esser entwickelte Modell stellt eine Weiterentwicklung der Modelle von Donsbach (1987, S. 111-139) und Scholl/Weischenberg (1998, S. 67-71) dar. In seinem Modell berücksichtigt Esser die Tatsache, dass sich die verschiedenen Faktoren in den unterschiedlichen Ebenen wechselseitig beeinflussen. Vgl. Esser 1998, S. 26

Abbildung 2: Einflussfaktoren im Journalismus



Quelle: Esser 1998, S. 27

Die Faktoren der unterschiedlichen Ebenen beeinflussen sich dabei gegenseitig:

„Die Einflussfaktoren der äußeren Schale prägen einerseits das Selbstverständnis und konkrete Handeln der Akteure im Innern, behindern andererseits die Möglichkeiten, dass sich die subjektiven Überzeugungen der Akteure ungefiltert in den Medieninhalten niederschlagen können. Weiterhin sind Einzel- und Kollektivakteure in der Lage, die äußeren Bedingungsfaktoren zu beeinflussen. Die verschiedenen Ebenen stehen in einem engen Interaktionsverhältnis, sie beeinflussen sich gegenseitig, kein Faktor wirkt isoliert, sondern entwickelt seinen Einfluss erst im Verbund mit anderen Kräften.“⁶⁹

Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, auf jeden potentiellen Einflussfaktor einzugehen. Nachfolgend werde ich exemplarisch zwei Tendenzen im Journalismus aufgreifen, die besonders großen Einfluss auf die journalistische Arbeit nehmen.

69 Esser 1998, S. 26

1.5.1.2.1 Der Journalist als „Herdentier“

Journalisten befinden sich tagtäglich in der schwierigen Situation Entscheidungen treffen zu müssen, für die es kaum objektive Handlungskriterien gibt. Dies geschieht unter Wettbewerbs- und Zeitdruck und in dem Bewusstsein, dass jede ihrer Entscheidungen öffentlich, sprich für jeden sichtbar ist.

„Aus sozialpsychologischer Sicht befinden sich Journalisten damit häufig in unbestimmten Situationen, in denen Menschen dazu tendieren, ihre Urteile durch die Gruppe abzusichern.“⁷⁰

Was andere Medien⁷¹ berichten, ist deshalb eine zentrale Orientierungsgröße für Journalisten.⁷² Denn: *„Durch die zunehmende Konkurrenz zwischen Medien können sie es sich nicht leisten, wichtige Themen zu verpassen.“*⁷³

Aus dieser Selbstbezüglichkeit resultiert indes unter Umständen ein „Herdenproblem“, wie es der frühere ARD-Chefredakteur *Hartmann von der Tann* beschreibt:

„Das heißt, einer macht ein Thema auf, ein anderer liest es, hört es, sieht es, greift es auf, und dann ergibt sich so etwas wie eine Lawine. Und plötzlich – für mich völlig unverständlich – wendet sich, wenn man nicht sehr aufpasst, die ganze Herde wieder von diesem Thema ab, ohne dass es auch nur im Geringsten gelöst wäre, und einem neuen Thema zu.“⁷⁴

Durch den wirtschaftlichen Druck und die gestiegene Konkurrenz unter den Medienanbietern hat – was nicht verwundern sollte – auch das Publikum als Einflussfaktor auf den Journalisten an Bedeutung gewonnen. Allerdings besitzen Journalisten in der Regel nur unspezifische Kenntnisse über die Zusammensetzung und Erwartungen ihres Publikums.⁷⁵

70 Donsbach 2009, S. 117

71 Die bei uns wichtigsten Medien (sog. „Leitmedien“), die von der Mehrzahl der Journalisten regelmäßig genutzt werden, sind vor allem *Der Spiegel*, die *Süddeutsche Zeitung* und die Nachrichtensendungen der ARD. Vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 359

72 „Diverse Studien [...] haben gezeigt, dass sich Journalisten in ihrer täglichen Arbeit in starkem Maße an ihrer eigenen Branche orientieren, an Kollegen, Vorgesetzten und anderen Medien.“ Weischenberg/Scholl/Malik 2006, S.144

73 Weischenberg/Scholl/Malik 2006, S. 132 f.

74 zitiert nach: Weischenberg/Scholl/Malik 2006, S. 133

75 „Empirische Studien haben eine starke Diskrepanz zwischen Publikumsbild und Selbstbild aufgezeigt.“ Donsbach 2009, S. 120

„Sie kompensieren dies durch intuitive Vorstellungen von ihrem Publikum und durch private Bezugspersonen, Kollegen oder Vorgesetzte, die bei journalistischen Entscheidungen als Referenzpunkte dienen.“⁷⁶

Dieser Funktionsmechanismus der journalistischen Selbstreferenz birgt große Gefahren. Denn:

„Wenn die Bewertungsmaßstäbe für journalistische Leistungen überwiegend von den Journalisten selbst gesetzt werden, besteht die Gefahr, dass die Berichterstattung einen einseitigen Blick auf die Welt wiedergibt und immer weniger der Problemsicht und den Interessen des Publikums entspricht.“⁷⁷

Nicht zuletzt führt diese Selbstbezüglichkeit, die wechselseitige Ausrichtung der Medien aneinander, wie auch die Orientierung an Leitmedien zu einheitlichen Nachrichtenperspektiven und einer Homogenisierung der Medieninhalte.⁷⁸

1.5.1.2.2 Das Janusgesicht der Medien

In demokratischen Gesellschaften sollen Journalisten die Bürger informieren, die Mächtigen kritisieren und kontrollieren, zur Meinungs- und Wissensbildung beitragen und ihr Publikum durchaus auch Unterhalten. Dies wird (unter Anderem) in den Gesetzen und Verträgen für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten – hier des Norddeutschen Rundfunks – als Programmauftrag auch explizit vorgegeben:

„Der NDR hat den Rundfunkteilnehmern und Rundfunkteilnehmerinnen einen objektiven und umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und länderbezogene Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sein Programm hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen.“⁷⁹

Aus solch normativen Vorgaben resultieren spezifische Rollenerwartungen an die beteiligten Akteure, insbesondere die Journalisten.⁸⁰ Sie stehen dabei in mehrfacher Hinsicht unter Leistungsdruck:

Einerseits betreiben sie ein Geschäft: *„Ihr Ziel ist es, Profit in einem freien Wettbewerb um Publikum und Werbung zu erzielen.“*⁸¹ Medienpro-

76 Weischenberg/Scholl/Malik 2006, S. 143

77 Weischenberg/Scholl/Malik 2006, S. 144

78 Vgl. Schulz 1997, S. 66

79 NDR-Staatsvertrag vom 1./2.5.2005, § 5 Programmauftrag

80 „Da Journalisten in der Regel abhängig beschäftigt sind, stellen die jeweiligen Zielvorgaben ihres Arbeitgebers einen wichtigen Einflussfaktor auf ihre Arbeit dar“⁸⁰ Donsbach 2009, S. 113

81 Donsbach 2009, S. 127

dukte werden nach Markt- und Wettbewerbsprinzipien bereitgestellt und dienen der Erzielung von (privatem) Gewinn. Ein Großteil der Journalisten – die Presse und weite Teile des Rundfunks sind in Deutschland privatwirtschaftlich organisiert – sind folglich abhängig Beschäftigte von gewinnorientierten Wirtschaftsunternehmen und Akteure auf einem hart umkämpften Markt, wo Medienprodukte (auch Nachrichten) Waren sind.

Andererseits sind sie ein Teil der „Infrastruktur der Öffentlichkeit (und Demokratie)“⁸², unterliegen publizistischen Normen und den Vorstellungen von möglichst großer Vielfalt.⁸³

Weischenberg bescheinigt den Medien aus diesem Grund eine „eingebaute Schizophrenie“⁸⁴ als grundlegendes Merkmal, Altmeyden/Karmasin benutzen das Bild der „janusgesichtigen Medien“. Gemeint ist in beiden Fällen der Doppelcharakter der Medien: Privatbesitz und Gewinnstreben auf der einen Seite, die „öffentliche Aufgabe“ auf der anderen.

Weischenberg dazu weiter:

„Der Erfolg von journalistischen Medien basiert im Grunde genommen auf einer idealistischen Illusion: dass Journalismus kein Geschäft sei, sondern von edlen Menschen betrieben wird, die sich um Aufklärung, demokratische Öffentlichkeit, um offene Kommunikation, sogar um gute Literatur kümmern, um Kritik und Kontrolle, um Orientierung – und damit so gerade eben auf ihre Kosten kommen.“⁸⁵

Natürlich entspricht es der reinen Lehre, dass sich Journalisten primär den eigenen Informations- und Aufklärungsansprüchen verpflichtet fühlen, *„doch die Medien – inzwischen gilt das sogar für die öffentlich-rechtlichen Sender“⁸⁶ – verhalten sich in einer Mediengesellschaft primär kunden- und erfolgsorientiert“⁸⁷*. Die Kapitallogik scheint immer mehr die Oberhand zu gewinnen.⁸⁸

82 Altmeyden/Karmasin 2003, S. 25

83 Journalismus gilt als „Schlüsselberuf“ für die moderne Demokratie: Als klassische Funktionen der Massenmedien (Journalisten) gelten Information, Meinungsbildung, Kritik und Kontrolle. Hinzu kommen außerdem soziale Funktionen wie Orientierung, Bildung, Erziehung und auch Unterhaltung. Vgl. Kamps 1999, S. 60-71

84 Vgl. Kiefer 2005, S. 20

85 Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 21

86 Öffentlich-rechtliche Medienorganisationen sind vor allem Rundfunkanstalten, die Radio- und Fernsehprogramme anbieten. Als „Kollektivgut“ unterliegen sie einer gesellschaftlichen Kontrolle – Kontrollorgane (z.B. Medienräte) sind pluralistisch mit Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen besetzt – und sind der Vielfalt, Ausgewogenheit und einem Programmauftrag verpflichtet (Information, Bildung, Beratung, Unterhaltung). Um wirtschaftlich unabhängig zu sein, werden sie über allgemeine Gebühren und nur zu einem kleinen Teil über Werbung finanziert. Vgl. Meier 2007, S. 125

87 Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 16

88 Die Tendenz, dass die öffentliche Aufgabe dem Gewinnstreben untergeordnet wird, wird mit dem Begriff „Kommerzialisierung“ bezeichnet. Vgl. Kiefer 2005, S. 24 f.

„Die Medien – zumindest große Teile davon aus dem erwerbswirtschaftlichen Bereich – verlassen ihre theoretisch wie normativ definierte 'dienende' Aufgabe, das heißt die verlassen das System publizistischer Normen und folgen nunmehr dem ökonomischen Regime und den dort herrschenden Regeln.“⁸⁹

Erlaubt scheint, was sich verkauft und dieser Zweck heiligt inzwischen fast alle Mittel. Der polnische Autor *Ryszard Kapuscinski* stellt dazu fest:

„Vor langer Zeit wurde der Wert einer Information daran gemessen, wie schwierig es war, die Wahrheit zu suchen und herauszufinden. Jetzt ist etwas anderes das Wichtigste: Der Wert einer Information bemisst sich nicht an ihrer Wahrheit, sondern an ihrer Attraktivität. Sie muss sich vor allem anderen gut verkaufen.“⁹⁰

Das viel zitierte Bonmot des ehemaligen RTL-Geschäftsführers *Helmut Thoma*, „*Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler*“⁹¹, kann dabei durchaus als Credo verstanden werden. In der Annahme, dass dem Wurm „Information“ besser schmeckt, wenn sie unterhaltsam aufgetischt wird, „*richten sich journalistische Darstellungsformen zunehmend nach allgemeinen menschlichen Aufmerksamkeitsmustern*“⁹². Das Ergebnis sind Darstellungsstrategien, die mit Schlagworten wie „Infotainment“⁹³, „Boulevardisierung“⁹⁴ oder „Personalisierung“⁹⁵ charakterisiert werden.⁹⁶

Die Auswahl der Themen unterliegt so letztlich einem Verfahren, dass vorgibt den Bedürfnissen und Wünschen des Publikums zu entsprechen. Doch die Ausrichtung des Journalismus an den (vermeintlichen) Interessen des Publikums hat Einfluss auf die journalistische Unabhängigkeit: „*Berichtet wird nicht unbedingt, was wichtig ist, sondern was gefällt.*“⁹⁷

Beschriebene Tendenzen sind dabei keineswegs auf privatwirtschaftlich-organisierte Medienunternehmen beschränkt:

Die Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der achtziger Jahre führte zu einer Konkurrenz ganz unterschiedlich verfasster Rundfunkorgani-

89 Kiefer 2005, S. 20

90 Zitiert nach: Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 18

91 Zitiert nach: Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 143

92 Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 143

93 Vermischung informierender und unterhaltsamer Komponenten im selben Beitrag. Vgl. Reumann 2009, S. 137

94 z.B. die Angleichung von inhaltlichen und formalen Merkmalen der „seriösen“ Medien mit Boulevardmedien. Vgl. Donsbach 2009, S. 114

95 Entwicklung, bei der konkrete Einzelpersonen zum Deutungsmuster komplexer Sachverhalte und Bewertungen werden (z.B. im Golfkrieg: Bush gegen Hussein). Vgl. Maurer/Reinmann 2006, S. 122

96 Vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 143

97 Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 143

sationen.⁹⁸ Sehr schnell zeigte sich, dass die gesellschaftlichen Funktionen der Medien mit den Marktbedingungen schwer in Übereinstimmung zu bringen sind. Trotz ganz unterschiedlicher Voraussetzungen und Ziele entwickelte sich an Stelle des erhofften publizistischen Wettbewerbs bald ein Konkurrenzkampf um Publikumsreichweiten und Quoten.

„Der Zwang zu wirtschaftlichen Erfolg lässt sich in Abhängigkeit von Werbeeinnahmen nur durch eine Orientierung am Bedarf des Publikums erreichen, stärkt also zwangsläufig die Rezipienten und deren Ansprüche auf Entspannung und Unterhaltung und führt so zu Stereotypisierung, Wiederholung, Oberflächlichkeit, Verlust an Kritik und Konformismus.“⁹⁹

Prinzipiell in seiner Existenz gesichert, geht es dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk dabei weniger um Werbeeinnahmen, die nur zur ergänzenden Finanzierung dienen, als vielmehr um die Akzeptanz seiner gebührenfinanzierten Programme. *„Denn ohne Akzeptanz des Programms ließe sich auch seine Finanzierung durch Gebühren schwerlich legitimieren.“*¹⁰⁰

„Die von der Politik postulierte inhaltliche Vielfalt hat sich unter diesen Prämissen gerade nicht automatisch eingestellt, sondern hat im Gegenteil selbst transnational zur Homogenisierung von Rundfunkstrukturen und Angeboten beigetragen.“¹⁰¹

Laut Weischenberg, Malik und Scholl stellt sich deshalb die Frage, ob der Journalismus unter den Voraussetzungen und Bedingungen der „Mediengesellschaft“ überhaupt noch seiner normierten gesellschaftlichen Funktion gerecht werden kann? Oder anders ausgedrückt: *„Wie sehr kann man Weihwasser verdünnen, bevor es seine Wirkung verliert?“*¹⁰²

98 „Aufgrund der starken Abhängigkeiten innerhalb von Mediensystemen im Wettbewerb um Inhalte, Publika, Marktanteile und Finanzierung blieben die Folgen der Kommerzialisierung jedoch nicht auf den Rundfunk beschränkt.“ Schneider 1998, S. 425

99 Schneider 1998, S. 425

100 Gäbler 2005, S. 445

101 Schneider 1998, S. 425

102 Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. S. 16

2 Auslandberichterstattung¹⁰³

So gut wie alle Ereignisse, die die Medien in ihrer (Nachrichten-) Berichterstattung darstellen, haben die Rezipienten nicht selbst miterlebt. Berichten die Medien von Themen und Ereignissen aus dem eigenen Land oder Kulturkreis, dann ist den Rezipienten ein relativ gutes Verständnis der berichteten Vorgänge möglich, da sie auf eigene Erfahrungen zurückgreifen können. Berichten die Medien dagegen aus anderen Ländern oder Kulturen, wird das Verständnis der berichteten Sachverhalte erheblich erschwert. In der Auslandberichterstattung sind die Rezipienten deshalb noch abhängiger von den Informationen der Medien als in der Berichterstattung aus dem Inland.

Bei der Betrachtung der Auslandsberichterstattung möchte ich meinen Schwerpunkt auf das Fernsehen legen, die Gründe hierfür werden im Folgenden deutlich.

2.1 Das Fernsehen: „Kulturelle Metapher der westlichen Kultur“

Das Fernsehen, so sagt *Neil Postman*, sei die „*Metapher der westlichen Kultur*“.¹⁰⁴ Was mag er damit meinen?

Das Fernsehen gilt als das „Haupt-“ bzw. „Leitmedium“ seit den 1960er Jahren.¹⁰⁵ Trotz zunehmender Konkurrenz durch die neuen Medien besitzt das Fernsehen in der deutschen Bevölkerung nach wie vor den größten Stellenwert: Für 41 % der Deutschen ist es unverzichtbar. „*Die übrigen, verzichtbareren Medien sind nahezu gleich wichtig – jeweils ca. ein Fünftel der Bevölkerung möchte nicht ohne Printmedien, Radio bzw. Internet leben.*“¹⁰⁶ Fernsehen ist seit langem fester Bestandteil des Alltags der Bundesbürger, 89 Prozent der Deutschen schalten es täglich ein.¹⁰⁷ Neun von zehn dieser Fernsehzuschauer tun dies an erster Stelle, um „sich zu informieren“; „Spaß“ (83 %) und „Entspannung“ (79 %) als Nutzungsmotive rangieren an zweiter und dritter Stelle.¹⁰⁸ Betrachtet man die Nutzungsmotive und Images der Medien im Direktvergleich, wird die Vormachtstellung des Fernsehens deutlich:

¹⁰³ Unter Auslandsberichterstattung wird die journalistische Informationsübermittlung verstanden, die nationale (und kulturelle) Grenzen überschreitet. Vgl. Hafez 2002, S. 24

¹⁰⁴ Postman 1991, o.S. nach Kamps 1999, S. 32

¹⁰⁵ Vgl. Schade 2005, S. 61

¹⁰⁶ SevenOne Media GmbH 2007, o.S.

¹⁰⁷ 84% der Bevölkerung hören täglich Radio, 51% lesen täglich Zeitung und 28% nutzen inzwischen täglich das Internet. Vgl. Ridder/Engel 2005, S. 424

¹⁰⁸ Vgl. ebd., S. 428

Abbildung 3: Nutzungsmotive für die Medien im Direktvergleich¹⁰⁹

BRD gesamt, Pers. ab 14. J., trifft am meisten zu auf..., in %

	Fern-sehen		Hör-funk		Tages-zeitung		Inter-net	
	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000
damit ich mitreden kann	43	41	13	14	33	38	11	6
weil ich Denkanstöße bekomme	39	39	15	17	28	36	18	8
weil ich mich informieren möchte	34	35	12	14	36	44	18	8
weil ich dabei entspannen kann	54	54	36	38	6	7	4	1
weil es mir Spaß macht	53	55	24	30	6	7	18	8
weil ich mich dann nicht allein fühle	51	52	35	36	5	6	8	3
weil ich damit den Alltag vergessen möchte	60	59	27	29	6	6	6	2
weil es aus Gewohnheit dazugehört	45	45	30	31	19	22	6	1
weil es mir hilft, mich im Alltag zurechtzufinden	33	35	19	19	32	38	16	6

Basis: Befragte, die mindestens zwei Medien mehrmals im Monat nutzen, 2005: n=4402; 2000: n=4933; jeweils gewichtet.

Quelle: Ridder/Engel 2005, S. 431

Abbildung 4: Images der Medien im Direktvergleich

BRD gesamt, Pers. ab 14. J., trifft am ehesten/an zweiter Stelle zu auf..., in %

	Fern-sehen		Hör-funk		Tages-zeitung		Inter-net	
	2005	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2000
anspruchsvoll	66	69	40	41	55	59	38	31
modern	84	85	32	35	18	20	66	60
zukunftsorientiert	81	83	26	27	27	28	65	61
vielseitig	82	82	33	39	33	39	52	40
unterhaltend/unterhaltsam	94	94	68	72	17	20	21	13
aktuell	77	78	46	49	42	48	34	25
informativ	70	72	39	40	57	63	34	25
glaubwürdig	66	70	49	53	62	62	22	14
kompetent	71	74	43	44	55	59	31	22
sachlich	66	68	44	45	64	69	26	18
kritisch	73	78	39	41	67	70	21	10
mutig	79	81	42	45	42	44	36	29
locker und ungezwungen	78	83	65	69	21	23	35	24
sympathisch	77	80	63	65	35	39	24	16

Basis: Alle Befragten, 2005: n=4500; 2000: n=5017; jeweils gewichtet.

Quelle: Ridder/Engel 2005, S. 433

¹⁰⁹ Fasst man die Voten für das an erster und zweiter Stelle geeignetste Medium zusammen, zeigt sich noch deutlicher die Dominanz vom Fernsehen: Das Fernsehen kommt dann bei allen Nutzungsgründen auf den ersten Platz. Vgl. Ridder/Engel 2005, S. 431

Auch bei den Imagezuweisungen bestätigt sich ein schon beschriebener Trend: Fernsehen hat das breiteste Imageprofil, bei allen Vorgaben landet es auf Platz 1.

Fernsehen als „kulturelle Metapher der westlichen Kultur“ meint, *„dass wir die Welt so sehen, wie wir sie im Fernsehen sehen, auch wenn wir nicht fernsehen. Heißt, dass sich die öffentlichen Akteure so aufführen, wie sie sich im Fernsehen aufführen würden, auch wenn sie nicht im Fernsehen sind. Das Fernsehen zeigt uns die Welt so, wie wir sie im Fernsehen sehen wollen. Am Ende wollen oder können wir die Welt gar nicht mehr anders sehen, als wir sie im Fernsehen sehen“*¹¹⁰.

2.1.1 Fernsehrichten: Das Fenster zur Welt

Das Fernsehen gilt als das glaubwürdigste Medium, was wohl auch damit zusammenhängen dürfte, dass Bilder als besonders realistisch gelten.¹¹¹ Heißt es doch schon im Sprichwort, dass ein Bild mehr sagt als tausend Worte (und jemand „wie gedruckt Lügen kann“). Innerhalb des Fernsehens *„wird Glaubwürdigkeit in besonderem Maße den Fernsehrichten zugeschrieben“*¹¹².

Täglich informieren sich fast 32 Millionen Bürger in einer der Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen; das heißt, *„dass jeder zweite Bürger (ab 14 Jahren) täglich die Fernsehrichten zur persönlichen Information nutzt“*¹¹³.¹¹⁴ Nachrichten sind für das Publikum die wichtigsten Inhalte im Fernsehen.¹¹⁵ Sie bieten, besonders am Abend, einen umfassenden Überblick über das Tagesgeschehen und die aktuellsten Entwicklungen.¹¹⁶

„Während die Bundesbürger die Tageszeitung eher heranziehen, um sich über das kommunale Geschehen zu informieren, ist das Fernsehen bei außenpolitischen und internationalen Ereignissen ihre beliebteste Informationsquelle.“¹¹⁷

¹¹⁰ Meyer 1992, S. 112 nach Kamps 1999, S. 32

¹¹¹ Vgl. Halff 1998, S. 129

¹¹² Kamps 1999, S. 33

¹¹³ Zubayr/Geese 2009, S. 158

¹¹⁴ Den gewichtigsten Beitrag leistet dabei die „Tagesschau“ (ARD). Mit ihrer Hauptausgabe um 20 Uhr erreicht sie seit Jahren das weitaus größte Publikum aller Nachrichtenangebote. Sie hatte 2008 durchschnittlich 8,74 Millionen Zuschauer, mehr als doppelt so viele wie die auf den Rängen zwei und drei folgenden Sendungen „heute“ (19 Uhr ZDF) und „RTL aktuell“ (18.45 Uhr RTL). Vgl. Ebd., S. 161

¹¹⁵ Vgl. ebd., S. 158

¹¹⁶ Abendliche Hauptnachrichtensendungen sind für viele Menschen fixe Ankerpunkte im Tagesablauf und stellen den Übergang vom Arbeitstag zur Entspannung dar. Drei von Vier Deutschen sind der Meinung, dass sie am Abend am besten im Fernsehen über das Tagesgeschehen informiert werden. Vgl. SevenOneMedia-Studie 2006

¹¹⁷ Kamps 1999, S. 48

Informationsbeschaffung via Fernsehen bedeutet für den Zuschauer nur wenig Aufwand: In den Abendnachrichten werden ihm die wichtigsten Meldungen in vorselektierter und wohldosierter Form präsentiert. Im Gegensatz zur Informationssuche im Internet oder den Printmedien muss der Zuschauer nicht selbst aktiv werden, sondern lediglich den geeigneten Sender auswählen.

„Fernsehnachrichten sind auch für den Großteil der Bevölkerung der wichtigste und manchmal einzige Zugang zur Politik. Sie dienen darüber hinaus den meisten von uns als Fenster zur Welt, sie tragen neben anderen Erfahrungen (Kinofilmen, Büchern, Reisen etc.) erheblich dazu bei, welches Bild wir uns von anderen Ländern, vielleicht ganzen Kontinenten machen.“¹¹⁸

2.2 Die Funktion der Auslandsberichterstattung (und – Korrespondenten)

Metaphern wie „Fenster zur Welt“ drücken den Mythos aus, dass Fernsehen würde die Welt außerhalb des eigenen Wohnzimmers widerspiegeln. Gehört es doch auch zum erklärten Selbstverständnis der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, über die politischen, sozialen und kulturellen Entwicklungen des Auslandes, vor allem der „Dritten Welt, umfassend und ausführlich zu berichten.“¹¹⁹ Aus diesem Anspruch resultiert auch, dass die *ARD* bereits in der Nachkriegszeit – noch im Zeitalter des Radios – damit begann, ihr Auslandkorrespondentennetz kontinuierlich auszubauen, um eine eigenständige und von externen Nachrichtenlieferanten unabhängige Auslandsberichterstattung gewährleisten zu können. Doch welche Aufgaben kommen diesem Korrespondentennetz zu, und, können die Korrespondenten den Erwartungen, die in sie gesetzt werden, überhaupt gerecht werden?

Im Verlauf der Diskussionen der 21. Tutzinger Medientage, einer Fachtagung, auf der Journalisten und Medienwissenschaftler die gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungen des Fernsehens in Deutschland diskutierten, kristallisierten sich drei wesentliche Aufgaben der Auslandsberichterstattung heraus.¹²⁰

§ **Informationsfunktion:** Auslandsberichterstattung soll den Zuschauern einen objektiven und umfassenden Überblick über das Weltgeschehen vermitteln.

¹¹⁸ Kamps 1999, S. 33

¹¹⁹ Vgl. Schwanebeck 2003, S. 13 f.

¹²⁰ Vgl. Schwanebeck 2003, S. 14

- § **Interpretationsfunktion:** Auslandberichterstattung soll den Zuschauern bei der Orientierung über die aktuellen Ereignisse auf der Erde helfen.
- § **Politische Funktion:** Auslandberichterstattung soll der Völkerverständigung dienen.

Nachfolgend will ich die Informations- und Orientierungsfunktion einmal näher betrachten und auf ihre Realisierbarkeit überprüfen. Auf die Politische Funktion werde ich im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher eingehen.

2.2.1 Die Informationsfunktion der Auslandsberichterstattung

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nehmen für sich in Anspruch, „den Rundfunkteilnehmern und Rundfunkteilnehmerinnen einen objektiven und umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und länderbezogene Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben“¹²¹. In nahezu allen Metropolen dieser Welt arbeiten deshalb Auslandskorrespondenten, die dem Zuschauer ein möglichst lückenloses Bild von den Geschehnissen ihres jeweiligen Berichterstattungsgebietes vermitteln sollen. Es zeigt sich jedoch, dass diese Systeme der weltumspannenden Korrespondentennetze, nicht ohne Mängel sind.

Das Korrespondentennetz der *ARD* ist mit 26 Auslandsniederlassungen¹²² zwar kleiner als das des Global Players *CNN* (36 Auslandsbüros) und beide wiederum sind weitaus kleiner als das von *BBC World* (58 Auslandsbüros), im Unterschied zu *CNN* oder *BBC World* sendet die *ARD* jedoch nicht explizit weltweit, sondern für ein deutsches Publikum und damit für ein weitaus kleineren Rezipientenkreis.¹²³ Ein Blick auf die überregionalen deutschen Tages- und Wochenzeitungen zeigt, dass diese ebenfalls eigene, zum Teil sehr weitläufige Korrespondentennetze unterhalten.¹²⁴ Dabei ist es weniger die variierende Menge der Korrespondentenbüros, als vielmehr deren Verteilung, die ins Auge fällt. Ein Blick auf die Kartographie dieser Netze, hier am Beispiel der *ARD*, mag dies verdeutlichen.

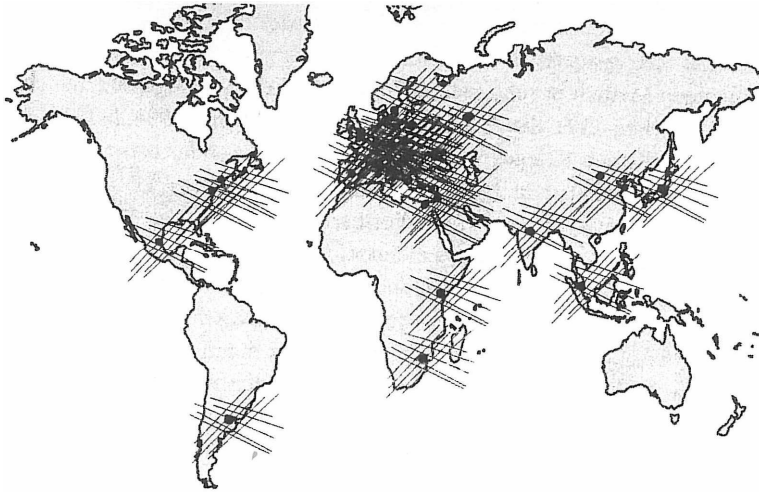
¹²¹ Vgl. z.B. NDR-Staatsvertrag vom 1./2.5.2005, § 5 Programmauftrag

¹²² Zum Vergleich: das ZDF besitzt 19, RTL 6 und Pro7/SAT1 3 Auslandsniederlassungen weltweit. Vgl. Dreßler 2008, S. 236

¹²³ Vgl. Dreßler 2008, S. 13

¹²⁴ z.B. *FAZ* (34 Büros) oder *Die Zeit* (9 Büros); zum Vergleich: die *New York Times* unterhält 24 Korrespondentenbüros. Vgl. Dreßler 2008. S. 236

Abbildung 5: ARD-Korrespondentennetz (Fernsehen)



Quelle: Dreßler 2008, S. 19

Mit Blick auf diese Weltkarte – die einzelnen Büros und in Schraffuren angedeutet deren Einzugsgebiet – fällt auf, dass die Verteilung der Korrespondentenplätze rund um den Globus mit zunehmendem Abstand zur BRD eine abnehmende Dichte aufweist (und sich in Europa verdichtet). Einzelne Regionen stehen verhältnismäßig hinter anderen zurück:

„So deckt der ARD-Korrespondent aus seinem Studio in Singapur den Südostasiatischen Raum ab.¹²⁵ Dies sind rund 5,4% der Landmasse und 9,3% der Bevölkerung. Wohingegen sich der Kollege in Nahost statistisch betrachtet nur über 0,02% der Landmasse und 0,17% der weltweiten Bevölkerung berichtet.“¹²⁶

Dieses Missverhältnis spiegelt sich auch in der Menge der Sendeminuten, die pro Korrespondent und Jahr produziert werden. So ist die Berichterstattung über Südostasien in etwa gleich „umfassend“ (Sendeminuten) wie die Berichterstattung über den Nahen Osten. Sehr deutlich zeigt sich, dass die Welt hier nach bestimmten Bewertungen begriffen wird:

„Auslandsberichterstattung, soviel scheint bereits hier klar zu werden, ist kein egalitäres Unterfangen, das Geographie oder Population und Berichterstattung 1:1 setzt, sondern verkörpert bereits in der Verteilung der Studios und Büros

¹²⁵ Zum Vergleich: in den USA befinden sich 4 ARD-Auslandskorrespondenten. Vgl. ebd., S. 20

¹²⁶ Dreßler 2008, S. 20 f.

eine Form der Bewertung. Anders ausgedrückt handelt es sich dabei um ein Begreifen der Welt nach bestimmten Maßstäben. Maßstäbe wie sie in den Nachrichtenwerten formuliert sind“¹²⁷.

Angesichts dieser geographischen Unterschiede lässt sich erahnen, dass die Berichte in den unterschiedlichen Regionen auch unter ganz unterschiedlichen Bedingungen entstehen müssen. Denn:

„Die jeweils zu bearbeiteten Länder sind in ihrer geographischen Ausdehnung viel zu groß und heterogen, um von einem einzigen Redaktionsteam angemessen bearbeitet und dargestellt werden zu können.“¹²⁸

Der Globus ist – wie wir gesehen haben – in verschiedene geographische Gebiete aufgeteilt, denen jeweils eine ARD-Fernsehanstalt für die Berichterstattung zugeordnet ist. Sehr viel Flexibilität lässt dieses System allerdings nicht zu, denn es erlaubt nicht den Einsatz personeller Ressourcen, der z.B. den Sprachkenntnissen oder landeskundlichen Wissen eines Journalisten Rechnung tragen würde; denn es ist nicht möglich, dass die verschiedenen ARD- Sender die ihnen zugewiesenen Berichterstattungsgebiete untereinander tauschen.¹²⁹ Dieses föderale Prinzip umschreibt *Kuno Habermusch*, Redaktionsleiter des ARD-Magazins *Panorama*, mit den folgenden leicht ironischen Worten:

„Je nachdem, wo in der Welt eine Krise ausbricht, guckt die ARD auf die Landkarte, weil die Welt aufgeteilt ist in der ARD. Afghanistan und Umgebung sind, warum auch immer, dem MDR zugeschlagen. Und so ist plötzlich der MDR zuständig für den Krieg in Afghanistan. Wir haben ja in der ARD Kollegen, die mit solchen Situationen sehr gut umgehen können, weil sie Balkan-erprobt sind wie Thomas Roth. Nur, der darf ja nicht hin, weil sein Sender, der WDR, nicht zuständig ist. Das führt zu absurden Situationen.“¹³⁰

Abgesehen von den Löchern im Korrespondentennetz und der föderalen Struktur der ARD haben die Korrespondenten noch mit weiteren Schwierigkeiten zu kämpfen, die Informationsfunktion auch wirklich einlösen zu können, wie uns *Stefan Niemann*, ARD Korrespondent in China, beschreibt:

„In der Volksrepublik ist hat heute alles mit Politik zu tun, zumindest nach Ansicht der für uns zuständigen Beamten. [...] Nichts Anti-chinesisches, nichts Anti-sozialistisches sollen wir über dieses Land verbreiten. Im Klartext: nichts Kritisches. Die eine oder andere Tagesschau hat Hamburg nie erreicht. [...]

¹²⁷ Dreßler 2008, S. 19

¹²⁸ Schwanebeck 2003, S. 16 f.

¹²⁹ Vgl. Schwanebeck 2003, S. 15 f.

¹³⁰ Zitiert nach: Schwanebeck 2003, S. 16

Was immer wir außerhalb Pekings drehen wollen, muss vorher in einem langwierigen Verfahren beantragt werden. [...] Ein Netz von zuverlässigen Informanten aufzubauen, das ist unter diesen Umständen äußerst schwierig. Niemand würde mal eben in unserem Studio vorbeischaun. Das Gebäude wird bewacht, Chinesen müssen am Eingang ihre Papiere zeigen. Telefon- und Faxleitungen sind ebenfalls nicht sicher. Niemand weiß wann und wo ein Tonband mitläuft.“¹³¹

2.2.2 Die Interpretationsfunktion der Auslandsberichterstattung

Auslandberichterstattung soll bei der Orientierung über aktuelle Ereignisse helfen. Dies impliziert die Vermittlung von Zusammenhängen, Deutungsmustern bzw. fremder Kulturen und Traditionen. Der Publizistikwissenschaftler *Emil Dovifat* sieht demnach in einem Auslandskorrespondent einen „Halbbruder des Diplomaten“, dessen Position deutlich über die eines Journalisten hinausgehen muss und die er mit folgenden Worten beschreibt:

„Schon um am politisch-gesellschaftlichen Leben des Landes teilzunehmen, [...] bedarf er einer größeren finanziellen Beweglichkeit; [...] Unerlässlich ist die genaueste Kenntnis von Land und Leute, die völlige Beherrschung der fremden Sprache und die richtige Fähigkeit, alle Enge und Stickluft heimischen Krähwinkeltums abzuschütteln und den großen und freien Zug weltpolitischer Ideen und Zusammenhänge zu begreifen.“¹³²

Ob ein Auslandskorrespondent diesem Anspruch und damit seiner Orientierungsfunktion gerecht werden kann, wenn er wie am Beispiel des ARD-Studios in Nairobi, für 40 Länder in Afrika zuständig ist, sei zunächst einmal dahingestellt.

Die unterschiedlichsten Nachrichten, Meinungen und Fakten aus den verschiedensten Regionen der Welt zu selektieren, interpretieren und kommentieren setzt vor ihrer Verbreitung gewissenhaftes Prüfen der Wahrheit und der Herkunft der Quellen voraus. Dies ist in den Programmgrundsätzen der verschiedenen ARD-Anstalten auch explizit vorgegeben.¹³³ Bei diesen Grundsätzen handelt es sich jedoch, ebenso wie bei *Dovifats* Beschreibung der Position eines Korrespondenten, um idealtypische Formulierungen und weniger um journalistische Realität. Die Praxis redaktioneller Arbeit ist – wie bereits an anderer Stelle beschrieben – geprägt von Quoten- und Auflagedruck sowie der Beschleunigung des Medienbetriebes. Die gründliche Recherche, das genaue Abwägen unterschiedlichster Informationen, der

¹³¹ Zitiert nach: Schwanebeck 2003, S. 20

¹³² Zitiert nach Schwanebeck 2003, S. 27

¹³³ Vgl. z.B. NDR-Staatsvertrag vom 1./2.5.2005, § 5 Programmauftrag

Aspekt der Nachhaltigkeit und der Anspruch auf Kontinuität bleiben dabei allzu oft auf der Strecke. So mahnt „Monitor“-Chefin *Sonia Mikich*:

„Das Tempo der globalen Berichterstattung nimmt zu, gleichzeitig nimmt die Bereitschaft ab, Komplexität darzustellen. Aktionsfernsehen möchte man das nennen, mit einem Seufzer.“¹³⁴

Wir sind der Tyrannei der Aktualität unterworfen. Wir haben keine Zeit mehr zu zweifeln. Ambivalenzen, Grautöne, Widersprüche – sie werden in den Schlagzeilen und Sondersendungen ignoriert.¹³⁵
Und weiter:

Zu viele Auslandssendungen sind heute inzwischen gehobene Reisetipps. [...] Wenn Tschetschenien genannt wird schalten die Menschen angeblich um. Der 20. Bericht über ein Selbstmordattentat in Israel langweilt, so wird vermutet. Also bloß kein Aufmacher mit Buh-Themen, erst einmal 'Ausland light', gut verdaulich.

Es ist schon bizarr, wenn ich neulich von einer Kollegin höre, dass ein Auslandsmagazin sich kürzlich nach der ersten Wahlrunde in Frankreich gegen ein Bericht über *Le Pen* entschied und für ein Bericht über den Orca-Wal, der nicht so richtig in die Wildnis will.“¹³⁶

Ein wichtiges Arbeitsfeld der Auslandskorrespondenten umfasst die Kommentierung von Ereignissen aus der „Dritten Welt“. Doch welches Bild der Entwicklungsländer wird den deutschen Fernsehzuschauern vermittelt? Auch hier fällt die Antwort eher ernüchternd aus. Die Auslandsberichterstattung ist nach den Worten von *Renate Wilke* oftmals beherrscht von:¹³⁷

- § **Eurozentrismus** (es dominiert die westliche Betrachtungsweise bei der Interpretation der zu erörternden Sachverhalte);
- § **Aktualitätsfetischismus** (der Zwang, live, schnell und immer der Erste sein zu müssen, lässt den Aspekt der Nachhaltigkeit und das Aufzeigen von Hintergründen zu kurz kommen);
- § **Ethnozentrismus** (andere Ethnien werden oftmals nicht richtig ernst genommen);
- § **Exotismus** (es dominieren exotische Landschaften und das Elend der „Dritten Welt“).

Diese Erkenntnisse sind nicht neu. Besondere Aufmerksamkeit wurde dieser Struktur der Auslandsberichterstattung zuletzt in den 1970er Jahren im Zusammenhang mit der vor allem in der UNESCO geführten Diskussion um den internationalen Nachrichtenfluss gewidmet. Doch bevor ich darauf

¹³⁴ Zitiert nach Schwanebeck 2003, S. 22

¹³⁵ Mikich 2003, S. 123

¹³⁶ Mikich 2003, S. 121

¹³⁷ Vgl. Schwanebeck 2003, S. 24

näher eingehe, möchte ich mich noch den Nachrichtenagenturen¹³⁸ zuwenden, die auch damals im Mittelpunkt der Diskussionen standen.

Bislang habe ich die Nachrichtenauswahl unter Hinweis auf Nachrichtenfaktoren und Selektionskriterien erklärt. Daneben kann man aber auch die Frage stellen, welche Quellen die Berichterstattung der Medien beeinflussen. Eine wesentliche Quelle habe ich mit den Auslandskorrespondenten bereits vorgestellt. Vor dem Hintergrund der gerade im kostenintensiven Bereich der Auslandsberichterstattung in der Regel knappen Ressourcen, gewinnen externe Quellen – insbesondere die Dienste der Nachrichtenagenturen – immer mehr an Bedeutung.¹³⁹

2.3 Nachrichtenagenturen

Die Bedeutung der Nachrichtenagenturen kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Eine Infrastruktur die es erlaubt, alles relevante Geschehen direkt zu beobachten, können nicht einmal die Medien mit den höchsten Reichweiten und der größten Wirtschaftskraft allein unterhalten; alle Nachrichtenmedien sind deshalb auf Agenturen angewiesen. Sie liefern die Grundversorgung mit Nachrichten und bestimmen die Struktur der Medienberichterstattung. Das gilt am stärksten für die Auslands- und am wenigsten für die Lokalberichterstattung.¹⁴⁰

Unter den Agenturen gibt es einerseits wenige große, die weltweit Nachrichten sammeln und verbreiten und die als *Weltagenturen* bzw. *Universalagenturen* bezeichnet werden, andererseits eine Vielzahl von Nationalagenturen, die nur im Inland tätig sind und die, soweit sie überhaupt internationale Nachrichten bieten, das Angebot der Weltagenturen auswerten.¹⁴¹ Der internationale Nachrichtenmarkt wird von vier *Weltnachrichtenagenturen* beherrscht:¹⁴² „Sie sammeln unabhängig voneinander Nachrichten über ein eigenes weltweites Korrespondentennetz, und ihre Dienste werden von Medien in den meisten Ländern der Erde genutzt.“¹⁴³

¹³⁸ „Als Nachrichtenagenturen werden Unternehmen bezeichnet, die Nachrichten aller Art sammeln, bearbeiten und vervielfältigt an eine große Zahl von Abnehmern – in der Regel gegen Entgelt – liefern.“ Schulz 2009, S. 366

¹³⁹ Vgl. Hafez 2002, S. 94

¹⁴⁰ Vgl. Hagen 1995, S. 18 ff.

¹⁴¹ Vgl. Schulz 2009, S. 372

¹⁴² Deutschland ist weltweit das Land mit den meisten Nachrichtenagenturen. Außer der *dpa* (Hamburg) haben *AP*, *Reuters* und *AFP* eigene deutschsprachige Dienste. Daneben gibt es den *Deutschen Depeschendienst (dpp)*, der als einziger neben *dpa* auch regionale Landesdienste anbietet. Vgl. Meier 2007, S. 142

¹⁴³ Schulz 2009, S. 373

„Demnach müssen wir uns von dem Mythos des selbstständig ermittelnden Korrespondenten trennen. Der größte Teil internationaler Nachrichten läuft über die Nachrichtenagenturen: *Associated Press* (AP) und *United Press International* (UPI) aus den USA, *Reuters* (rtr) aus Großbritannien und die französische *Agence France-Press* (AFP). Das bezieht sich nicht nur auf Wortmeldungen, sondern auch auf die Verbreitung von Nachrichtenbildern¹⁴⁴.“¹⁴⁵

1870 schlossen die vier sog. *Gründeragenturen*¹⁴⁶ einen Kartellvertrag und teilten die Welt in vier Einflussphären auf, für die jeweils eine Agentur das exklusive Recht der Nachrichtensammlung und –verbreitung zugestanden bekam. Dieses Kartell blieb bis 1934 bestehen und wirkt sich noch heute auf die Weltnachrichtenströme aus.¹⁴⁷

„Man kann ohne Übertreibung sagen, dass niemals in der Geschichte der internationalen Marktabspraken ein Sektor von so wenigen Unternehmen in so dauerhafter und umfassender Weise beherrscht worden ist, wie, als Folge des Kartellvertrages, der des internationalen Nachrichtenaustausches.“¹⁴⁸

Selbstverständlich gibt es in nahezu allen Ländern der Welt nationale Nachrichtenagenturen. „Zur Kenntnis genommen werden deren News jedoch allenfalls, wenn sie von einer der Großen Übernommen werden.“¹⁴⁹ Ein Vergleich mag dieses Kräfteungleichgewicht verdeutlichen:¹⁵⁰

Abbildung 6: Vergleich zwischen AP und dpa

Name	Firmensitz	Umsatz in Mio. \$	Mitarbeiter	verbreitete Wörter/Tag
AP	New York	328	3.100	20.000.000
dpa	Hamburg	102	1.000	400.000

Der starke Einfluss der Nachrichtenagenturen auf die Nachrichtenproduktion (medienübergreifend) wurde häufig untersucht und bestätigt. Viele Studien belegen, dass sich viele Nachrichtenredakteure am Agenturmaterial nicht nur inhaltlich orientieren, sondern es oft unverändert übernehmen

¹⁴⁴ Bei der Verbreitung von Bildmaterial dominieren international *WTN*, *Reuters Television* und *Associated Press TV* (AP). Vgl. Kamps 1999, S. 103

¹⁴⁵ Kamps 1999, S. 103

¹⁴⁶ Den Kartellvertrag schlossen der Vorgänger von *dpa* (*Wolff's Telegraphisches Bureau*), die Weltagenturen *AP* und *rtr* und der Vorgänger der Weltagentur *AFP* (*Agence Havas*). Vgl. Hagen 1995, S. 19

¹⁴⁷ Vgl. Schulz 2009, S. 367

¹⁴⁸ Basse 1991, S. 49 nach Hagen 1995, S. 19

¹⁴⁹ Ruf 2007, S. 83

¹⁵⁰ Vgl. ebd.

oder sich, soweit sie das Material redigieren, auf Kürzungen vom Ende her beschränken.¹⁵¹

Der inhaltlich prägende Einfluss der Nachrichtenagenturen basiert vor allem auf zwei Einflussgrößen:¹⁵²

- § **Vorstrukturierung von Ereignissen und Themen:** Nachrichtenagenturen üben in hohem Maß eine Themenstrukturierungsfunktion aus, und da ihre Dienste von vielen Medien simultan bezogen werden, bedeutet Strukturierung zugleich eine Eingrenzung von Berichterstattungsvielfalt;
- § **Einflussnahme auf die Textgestaltung:** Der inhaltlich prägende Einfluss der Nachrichtenagenturen geht über die Vorauswahl von Ereignissen und Themen hinaus und schlägt sich auch in der Textgestaltung nieder.

„Untersuchungen über die Bedeutung von Agenturquellen in der Auslandsberichterstattung konsolidieren sich bei Werten von mindestens 50 Prozent Anteil der Nachrichtenagenturen an den Quellen der Auslandsberichterstattung.“¹⁵³

Besonders groß sind die Abhängigkeiten bei kleinen Medien. So untersuchte *Struk* für eine Woche im Oktober 1998, wie drei regionale und zwei überregionale Tageszeitungen Agenturmaterial nutzten und redigierten. Er stellte fest, dass im Durchschnitt 40 Prozent der Berichte und 26 Prozent der Zeilen von den Agenturen stammten. In 80 Prozent wurden die übernommenen Agenturmeldungen nur in geringem Umfang bearbeitet. Allerdings variierte der Anteil der Agenturberichte an der Gesamtberichterstattung deutlich: Während bei der *Allgemeinen Zeitung* aus Mainz 71 Prozent der Beiträge von den Agenturen stammten, waren es bei der *FAZ* „nur“ 23 Prozent.¹⁵⁴

2.4 New World Information and Communication Order und Foreign Images-Studie

Die Monopolstellung der Weltnachrichtenagenturen stand auch im Mittelpunkt der vor allem in der UNESCO geführten Diskussionen um den internationalen Nachrichtenfluss Ende der 60er Jahre. Die Entwicklungsländer hatten seit dem Zweiten Weltkrieg begonnen, sich massiv gegen die Domi-

¹⁵¹ Vgl. Schulz 2009, S. 388; Hagen 1995, S. 20 f.; Hafez 2002, S. 95 ff.

¹⁵² Vgl. Hafez 2002, S. 95

¹⁵³ Hafez 2002, S. 96

¹⁵⁴ Vgl. Struk 2000, S. 179 ff.

nanz westlicher Nachrichtenagenturen und Kontrolle der Informations- und Kommunikationstechnologien zu wehren. Der ökonomischen Abhängigkeit gleich, so ein Vorwurf, seien die Entwicklungsländer abhängig von den Nachrichtenprodukten der industriellen Welt. Sie forderten eine Verbesserung der Dritte-Welt-Berichterstattung sowohl in quantitativer als auch qualitativer Hinsicht, um verzerrte, negative, oberflächliche und konfliktorientierte Darstellungen zu vermeiden. Es fände kaum interkulturelle Kommunikation statt und die westliche Berichterstattung sei voller „abendländischer Vorurteile und Stereotypen“¹⁵⁵. Die Entwicklungsländer pochten dabei auf ein Recht jeder Nation, die Welt über sich aus der eigenen Perspektive zu unterrichten (*Free and Balanced Flow of Information*) und widersetzten sich damit dem Konzept des „*Free Flow of Information*“, eines in jeder Hinsicht unbehinderten Informationszirkels.¹⁵⁶ Gefordert wurde eine korrigierende Welt-Medienpolitik, eine „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung“ (NWICO).¹⁵⁷

In der Folge beauftragte die UNESCO den ehemaligen irischen Außenminister *Sean MacBride* als Vorsitzenden einer Kommission zur Ausarbeitung eines empfehlenden Berichtes. Dieser wurde 1980 vorgestellt und stützte die Forderungen der Entwicklungsländer. So wies der Bericht auf ein Ungleichgewicht im internationalen Kommunikationssystem hin, dass, aufgrund der „Einbahnstrasse der Informationen“, jeglichen Dialog behindere:

„Zwischen den westlichen Industrie- und den Entwicklungsländern besteht demnach eine Einbahnstrasse oder Nord-Süd-Ausrichtung des Flusses von Daten, Botschaften, Medienprogrammen und kulturellen Erzeugnissen, wobei Informationen primär von Industrieländern in die Entwicklungsländer und von den dortigen Metropolen und Eliten in die strukturschwächeren Gebiete und zu den politisch nur bedingt partizipierenden Bevölkerung fließen.“¹⁵⁸

Die MacBride-Kommission stellte fest, dass Negativereignisse (Krisen, Katastrophen, Konflikte) im Prozess der internationalen Nachrichtenvermittlung im Vergleich zum globalen Realgeschehen überpräsentiert sind. Ferner stellte die MacBride-Kommission folgende allgemeine Defizite der Auslandsberichterstattung fest:¹⁵⁹

¹⁵⁵ Kleinsteuber 1994, 564

¹⁵⁶ Vgl. Kamps 1999, S. 103 ff.

¹⁵⁷ Vgl. Kleinsteuber 1994, S. 567

¹⁵⁸ Hafez 2002, S. 52

¹⁵⁹ Vgl. Hafez 2002, S. 55 f.

- § Unbedeutende Ereignisse werden hervorgehoben, die Anekdoten zum Gegenstand oder den Reiz des exotischen vermitteln (*overemphasizing news*);
- § Fakten werden so vermittelt, dass sie interessengeleitete Suggestion und fehlerhafte Schlussfolgerungen erlauben (*misintepretation by implication*);
- § Fakten werden so präsentiert, dass sie unbegründete oder übertriebene Befürchtungen auslösen;
- § Nichtdarstellung bedeutsamer Entwicklungen, Länder und Sachverhalte, die für das Publikum als uninteressant eingeschätzt werden und somit völlig aus dem Blick der Weltöffentlichkeit geraten.

Die über die UNESCO transportierten Forderungen der „Dritten Welt“ trafen auf erbitterten Widerstand der westlichen Industriestaaten, die dadurch die Prinzipien der Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit bedroht sahen.¹⁶⁰

„Letztlich ging es wohl nicht nur um Prinzipien, sondern auch um ökonomische Interessen und die unbestreitbar dominierende Position des Westens in der Welt-Medienordnung, die dieser nicht preiszugeben bereit war.“¹⁶¹

Die Kontroverse um die NWICO lenkte die Aufmerksamkeit der Kommunikationsforschung auf Thematisierungs- und Darstellungskriterien nationaler und internationaler Nachrichten. In der Folge entstanden viele Studien, die die Auslandsberichterstattung der Medien – speziell über die Länder der „Dritten Welt – untersuchten.¹⁶² „Sie korrigierten den Vorwurf nationalistischer Einseitigkeit insofern, als sie zeigten, dass weltweit das Nationale im Nachrichtenfokus steht.“¹⁶³ Allerdings bestehen deutliche Akzentverschiebungen im Vergleich der Nachrichtengeographie westlicher Industrie- und Entwicklungsländer. Zwar ist der Regionalismus in den Medien der Entwicklungsländer ebenfalls sehr ausgeprägt, wird aber von relativ hohen Aufmerksamkeitswerten für die westlichen Industriestaaten begleitet. Entwicklungsländer konzentrieren sich demnach ebenfalls stärker auf Industrieländer als auf andere Entwicklungsländer.¹⁶⁴

¹⁶⁰ Die Auseinandersetzungen um eine Neue Weltinformationsordnung waren schließlich auch der Auslöser dafür, dass die USA – begleitet von Großbritannien und Singapur – 1984 aus der UNESCO austraten. Vgl. Kamps 1999, S. 105

¹⁶¹ Kleinsteuber 1994, S. 568

¹⁶² Die größte ist bis heute die von der UNESCO in Auftrag gegebene. Dabei wurde die Auslandsberichterstattung von (auch Deutschland) ausgewertet.

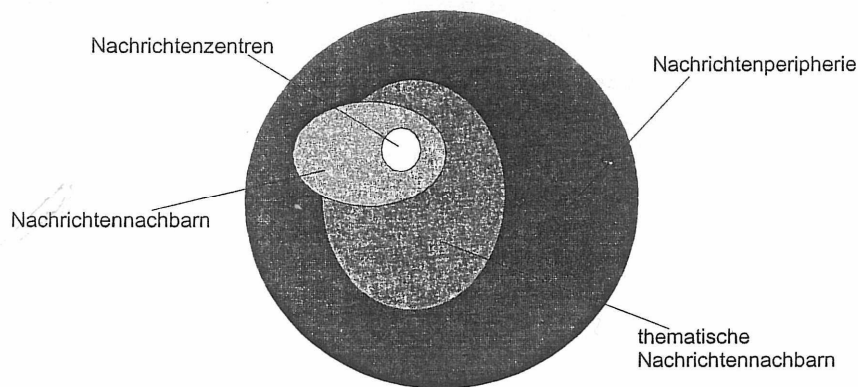
¹⁶³ Kamps 1999, S. 106

¹⁶⁴ Vgl. Hafez 2002, S. 58

2.5 Nachrichtengeographie

Mit welchen Ländern sich die Auslandsberichterstattung beschäftigt, wird im Rahmen von Studien zur Nachrichtengeographie untersucht.¹⁶⁵ Nach Kamps kann man generell vier Gruppen von Staaten unterscheiden, die in der Auslandsberichterstattung in unterschiedlicher Intensität vorkommen.

Abbildung 7: Kategorisierung der Nachrichtengeographie



Quelle: Kamps 1998, S. 292

In seiner Studie, in der er 1994/95 die gesamte Berichterstattung in den Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL, n-tv (Deutschland), ITN (Großbritannien), NBC (USA) sowie zwei verschiedene Nachrichtenformate von CNN untersuchte¹⁶⁶, kommt er zu folgenden Ergebnissen:¹⁶⁷

- § Als **Nachrichtenzentren** gelten Länder, die konstant Gegenstand der Berichterstattung sind; aus diesen Ländern wird mit einer hohen Themenvarianz berichtet (USA, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Russland).
- § Als **Nachrichtennachbarn** gelten Länder, über die relativ konstant in den Medien berichtet wird; bei diesen Ländern finden wir auch thematische Varianz (Japan, Italien, aber auch politische Organisationen wie die UNO, NATO und EU).

¹⁶⁵ „Nachrichtengeographie bezieht sich zunächst auf die schlichte Beachtung der jeweiligen Länder in der Berichterstattung.“ Kamps 1998, S. 286

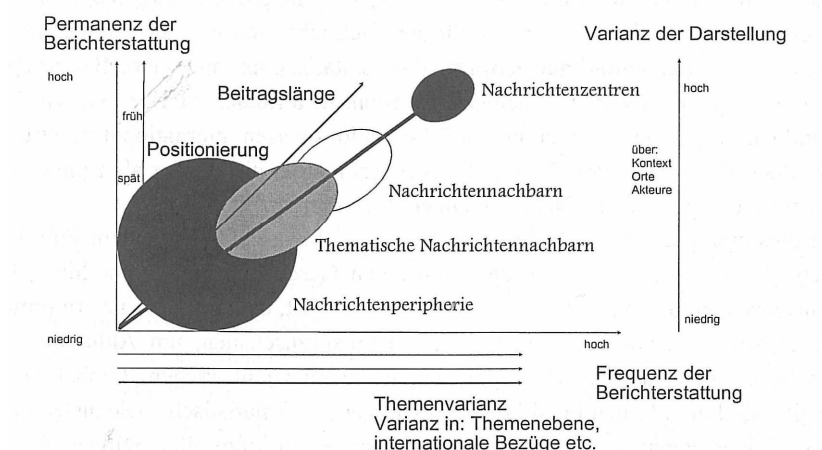
¹⁶⁶ Ein Nachrichtenformat ist für den amerikanischen, eines für den europäischen Markt konzipiert. Vgl. Kamps 1998, S. 283

¹⁶⁷ Vgl. Kamps 1998, S. 291 f.

- § Als **thematische Nachrichtennachbarn** werden Länder definiert, die zwar relativ häufig vorkommen, bei denen sich allerdings die Berichterstattung auf stets die gleichen Themen konzentriert (z.B. China, Schweiz, Spanien).
- § Als **Nachrichtenperipherie** werden Länder bezeichnet, die nur punktuell, geradezu zufällig, meist in Zusammenhang von Unglücken, Katastrophen oder Kriegen von Interesse sind. Bei dieser größten Staatengruppe ist keinerlei Permanenz und/oder thematische Varianz in der Berichterstattung erkennbar (z.B. Sri Lanka).

„Entsprechend der Einordnung lässt sich ein roter Faden ziehen von der Permanenz der Berichterstattung über die Prominenz der Darstellung bis hin zur Varianz in der Darstellung eines Landes.“¹⁶⁸¹⁶⁹

Abbildung 8: Modell zur Stereotypisierung der Berichterstattung



Quelle: Kamps 1998, S. 293

Kamps zieht auf Grundlage seiner Ergebnisse folgendes Fazit:

„Der Globus der Fernsehnachrichten gleicht einem umgekehrt proportionalen Schweizer Käse: nicht die Substanz, sondern das Fehlende dominiert. [...] Fernsehnachrichten erfüllen nur eingeschränkt den Anspruch des Fern-sehes,

¹⁶⁸ Kamps 1998, S. 292

¹⁶⁹ „Das gilt natürlich nur für mittel- bis langfristige Betrachtungen, nicht absolut, da die Struktur internationaler Nachrichtengebung (neben externen Faktoren) auch durch Wechselwirkungen beeinflusst wird: Das Modell lässt sich also nicht anwenden auf den einmaligen Fall eines Staatsbesuches des amerikanischen Präsidenten in Costa Rica.“ Kamps 1998, S. 292

Ferne zu ent-fernen. Sie folgen einer rigide abgesteckten Hierarchie internationaler Berichterstattung, einer ganz eigenen Nachrichtengeographie. [...]

Konkret teilt die hier aufgezeigte Nachrichtengeographie die Welt in eine politisch-relevante und eine ereignis-relevante Sphäre ein. Während einige wenige Länder neben den Heimatländern der Sender das politische Bild der Sendungen dominieren – vor allem die USA – wird die große Mehrheit der anderen Staaten erst über dramatische Vorgänge für die Nachrichtenjournalisten interessant, sie existieren im Nachrichtenbild nur peripher, fragmentarisch und tagesaktuell.¹⁷⁰

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt *Udo Michael Krüger*, der im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission die Themen, Ereignisse und Akteure der wichtigsten Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen¹⁷¹ für das Jahr 2008 ausgewertet hat.

Zwar berichten die Nachrichtensendungen über Ereignisse und Themen aus verschiedenen Ländern und Regionen der Welt, in welchem Ausmaß die Länder vertreten sind, hängt jedoch wesentlich davon ab, welchen Nachrichtenwert die Sender den Ereignissen beimessen. Demnach konzentrieren sich die Nachrichtensendungen der deutschen Fernsehhauptprogramme hauptsächlich auf das Inlandsgeschehen. Von den insgesamt 36 628 erfassten Ländernennungen im Jahr 2008 entfielen 51 Prozent auf Deutschland und 49 Prozent auf andere Länder.¹⁷²

Von allen Ländern (außer Deutschland) wurden die USA am häufigsten genannt. In weitem Abstand nahm China den zweiten Rangplatz ein, gefolgt von Frankreich; danach folgten mit Abstand Afghanistan und Israel sowie in enger Folge Russland, Großbritannien, Belgien, Österreich und Georgien. Auf den weiteren Plätzen fanden sich Italien, Schweiz, Türkei, Spanien, Irak, Ex-Jugoslawien, Pakistan, Myanmar (Birma), Indien und Somalia.¹⁷³

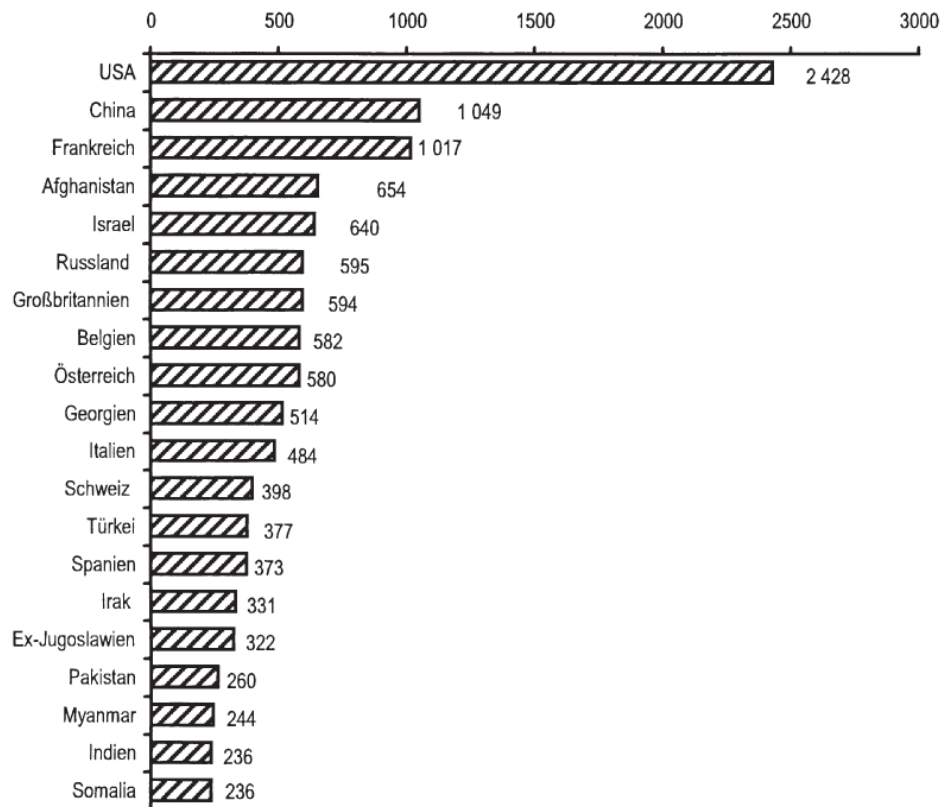
¹⁷⁰ Kamps 1998, 293 f.

¹⁷¹ *Tagesschau* und *Tagesthemen* (20 bzw. 22.15 Uhr, ARD), *heute* und *heute-journal* (19 bzw. 21.45 Uhr, ZDF), *RTL aktuell* (18.45 Uhr, RTL), *SAT1 News* und *Sat1 Nachrichten* (18.30 bzw. 20 Uhr, SAT1), Vgl. Krüger 2009, S. 73

¹⁷² Krüger 2009, S. 85

¹⁷³ Vgl. ebd., S. 91

Abbildung 9: Top-20-Länder der Auslandsberichterstattung 2008
Anzahl der Beiträge



Quelle: Krüger 2009, S. 91

Schlüsselt man die Länderpräsenz nach Themenkategorien auf, zeigt sich, dass die Berichterstattung über Ereignisse der internationalen Politik zur Präsenz anderer Länder am meisten beigetragen hat. Weitere Themenbereiche, die sich auf die Präsenz einiger Länder auswirkten, waren der Sport und größere Katastrophen (vgl. Anlage 1).

Welche Bedeutung vor allem Kriege und Krisen für die Nachrichtenpräsenz kleiner, normalerweise wenig beachteter Länder haben, zeigt sich deutlich am Beispiel Georgien. So standen über 90 Prozent der Beiträge, in denen Georgien vorkam, im Zusammenhang mit dem Kaukasuskrieg. Zu den Ländern, deren Präsenz im Kontext internationaler Politik, vorwiegend bedingt durch Krisen und Konflikte, erschien, gehörten mit mehr als 80

Prozent der Beiträge auch Israel und Irak, mit 70 Prozent Pakistan und Afghanistan (vgl. Anlage 1).¹⁷⁴

Länder deren Nachrichtenpräsenz nicht auf politischen Ursachen beruhte verdankten ihren Rangplatz in der Tophemenliste außergewöhnlichen Ereignissen in den Kategorien Katastrophen, Kriminalität und Sport. So gelangte Myanmar (Birma) hauptsächlich aufgrund von Naturkatastrophen in die Nachrichten und Somalia durch die Piraterie. Chinas starke Präsenz in den deutschen Nachrichten stand zu etwa einem guten Drittel im Zusammenhang mit internationaler Politik, ein weiteres Drittel ging auf die olympischen Spiele zurück. Die Schweiz und Österreich als Gastgeberländer der Fußball-Europameisterschaft und Spanien als Gewinner der EM verdankten ihre hohe Präsenz vorwiegend dem Sport (vgl. Anlage 1).¹⁷⁵

Auf Grundlage seiner Analyse kommt Krüger zu folgendem Ergebnis:

„Länder, die weder durch internationale Beziehungen in Politik und Wirtschaft sowie bedeutsame Konflikte und Kriege Nachrichtenwert erlangen und weder von großen Sportereignissen profitieren oder durch Katastrophen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, finden nur geringe Beachtung in den Nachrichten.“¹⁷⁶

2.6 Fazit

„Ausland wird trivialisiert. Ausland muss knallen – dramatisch oder bunt. Viele Berichte wollen nicht relevant sein, sondern menscheln.“¹⁷⁷ „Ausland light“ nennt Sonia Mikic, Redaktionsleiterin des ARD-Magazins *Monitor*, Trägerin des Bundesverdienstkreuz und langjährige Auslandskorrespondentin die „geistige Provinzialisierung“ der Auslandsberichterstattung.¹⁷⁸ Die vier großen „K´s“ dominieren in der „Dritte Welt-Berichterstattung“: Krisen, Kriege, Katastrophen, Krankheiten.¹⁷⁹ Will man Randthemen in den Medien platzieren, kommt man um deren Nachrichtenfaktoren nicht herum. Ohne spektakuläre Aufmachung, ohne Extreme keine Chance. Der Tyrannei der Aktualität unterworfen fungiere Auslandsberichterstattung nicht als Frühwarnsystem, sondern als Reaktion auf Ereignisse.¹⁸⁰

Sie konstatiert des Weiteren ein Nord-Süd-Gefälle:

¹⁷⁴ Vgl. Krüger 2009, S. 85 ff.

¹⁷⁵ Vgl. ebd.

¹⁷⁶ Krüger 2009, S. 89

¹⁷⁷ Mikich 2003, S. 119

¹⁷⁸ Vgl. ebd., S. 221

¹⁷⁹ Vgl. ebd., S. 118

¹⁸⁰ Vgl. Mikic 2003, S. 120 f.

„Ein Nord-Süd-Gefälle prägt die deutsche Wahrnehmung vom Ausland. Überwiegend sind es Entwicklungsländer, die zu den vier K's verdammt sind. Diese Länder haben selten die Möglichkeit, an der globalisierten Informationsindustrie teilzunehmen. Die reiche ARD kann vom Erdbeben in Indien oder vom Attentat gegen den korrupten und machtgierigen Kabila schnell berichten. Das äthiopische Fernsehen wird sich hingegen schwertun, einen Reporter zur französischen Atlantikküste loszuschicken, um über die profitgierige, umweltzerstörende Politik der Ölmultis beim Untergang der 'Erika' zu informieren.“¹⁸¹

Diese Haltung mag man teilen oder nicht, vielleicht malt sie auch ein zu düsteres Bild. Allerdings kann man festhalten, dass die Auslandberichterstattung ihre Funktion nur bedingt erfüllt, unter den gegebenen Voraussetzungen nur bedingt erfüllen kann.

Betrachtet man sich die Nachrichtengeographie, scheint es wie ein Hohn von einem „globalen Dorf“ zu sprechen, die Welt ist wohl doch eher ein nationales, manchmal regionales Haus.

„Zwar mag Weltberichterstattung propagiertes Ziel der Nachrichtenmedien sein, sie berichten aber eher nationen- und kulturgebunden, aus einer auf ihr Land konzentrierten, nicht globalen Perspektive, die die Welt hierarchisch in Regionen, Länder und Kulturen von zum Teil weit auseinanderklaffenden Nachrichtenwerten einteilt.“¹⁸²

Nicht viel scheint sich geändert zu haben seit der Debatte um eine Neuen Weltinformations- und Kommunikationsordnung in den 1970er Jahren. Die großen westlichen Nachrichtenagenturen sind nach wie vor die vorherrschende Kraft im internationalen Nachrichtenfluss. Denn: „*Nur große Redaktionen können sich überhaupt eigene Auslandskorrespondenten an einigen Brennpunkten des Geschehens leisten.*“¹⁸³

Weischenberg konstatiert:

„Die Weltbilder, welche die Nachrichtenagenturen entwerfen, orientieren sich offenbar mehr denn je an der Perspektive westlicher Industrieländer. Dies ging erneut auf Kosten der 'Dritte-Welt-Berichterstattung'.“¹⁸⁴

Internationale Informationsflüsse bilden internationale Dominanzstrukturen ab: Die Peripherien werden nur über die Zentren erreicht, ein horizontaler Austausch ist nahezu ausgeschlossen:

„Die international führenden Nachrichtenagenturen Reuters, AFP und AP kontrollieren heute 80% des internationalen Nachrichtenmarkts. Der freie Fluss der Informationen ist damit nur eine schöne Idee.“¹⁸⁵

¹⁸¹ Mikic 2003, S. 119

¹⁸² Kamps 1998, S. 281

¹⁸³ Kleinsteuber 1994, S. 564

¹⁸⁴ Weischenberg 1995, S. 198

Und die Fernsehnachrichten, ein „Fenster zur Welt“?

„In der Metapher von Fernsehnachrichten als 'Fenster zur Welt' steckt ein wahrer Kern. Internationale Ereignisse erfahren wir manchmal ausschließlich aus Fernsehnachrichten. Was wir durch dieses Fenster sehen, hängt aber vom Standort des Hauses ab, von der Größe und Position des Fensters, von der Himmelsrichtung, in die es weist und aus welchem Winkel wir hinausblicken. Das Fenster der Fernsehnachrichten lenkt unseren Blick vor allem auf die eigene Gesellschaft und auf uns liebgewordene Nachbarn. In die Peripherie schauen wir erst, wenn sich dort gewaltiges Getöse erhebt, manchmal erst dann, wenn der Lärm sich nähert: Trotz Satellitentechnik und Digitalisierung – nicht viel trennt uns von der Haltung jener schottischen Zeitung, die ihren Artikel über den Untergang der Titanic im Jahre 1912 überschrieb: Aberdeen man lost at sea.“¹⁸⁶

¹⁸⁵ Bilke 2002, S. 60 f.

¹⁸⁶ Kamps 1998, S. 294

3 Der vergessene Krieg

Krieg stellt in vielerlei Hinsicht eine Extremsituation dar. Extrem für die kriegsführenden Parteien, extrem für die ansässige Bevölkerung, sogar extrem für eigentlich nicht betroffene Beobachter. Kriege stellen eine Extremsituation dar, dass macht sie zu „herausragenden Medienereignissen“¹⁸⁷. Kriege erfüllen die Aufmerksamkeitsregeln der Medien, weil sie viele Nachrichtenfaktoren auf sich vereinen. Faktoren wie Konflikt, Schaden, Negativität summieren sich zu einem hohen Nachrichtenwert und machen es leicht, die Schwelle der Nachrichtenauswahl zu überwinden. *„Seit es die Massenmedien gibt, bilden Kriege daher eines der vorrangigen Themen der Berichterstattung.“*¹⁸⁸

Insgesamt 345 Konflikte zählt das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung (HIIK) für das Jahr 2008, darunter 30 hochgewaltsame Auseinandersetzungen und 9 Kriege.¹⁸⁹ Von den neun Kriegen werden je drei im Vorderen und Mittleren Orient¹⁹⁰ sowie in Afrika¹⁹¹, geführt, zwei in Asien¹⁹² und einer in Europa¹⁹³. Schaut man sich die neun als Krieg klassifizierten Auseinandersetzungen an und vergleicht sie mit den Topthemen der wichtigsten Nachrichtensendungen in Deutschland¹⁹⁴, dann fällt auf, dass es nur der Krieg zwischen Russland und Georgien in die Top-10-Themen des Jahres 2008 geschafft hat. Im Gegensatz zu diesem neuen, sehr kurzen Krieg sind vier der Kriege schon 2006 und 2007 mit extremen Gewalteinsatz und ungleich höheren Opferzahlen geführt worden.¹⁹⁵ Es liegt mir fern die einzelnen Kriege und Opferzahlen gegeneinander aufzuwiegen, aber es fällt auf, dass einige Kriege in den Medien sehr prominent behandelt werden¹⁹⁶, während andere wiederum in der Medienberichterstattung und kaum stattfinden; für letztere trifft dann das Stichwort der „vergessenen Kriege“ zu.¹⁹⁷

Krieg scheint also nicht gleich Krieg zu sein. Kriege sind Themen, die mit anderen Themen konkurrieren; z.B. mit dem Eisbärbaby *Flocke*, dass im Januar 2008 mit 42 Sendeminuten Rang 10 belegt, während es von den

¹⁸⁷ Vgl. Gleich 2003, S. 141

¹⁸⁸ Gleich 2003, S. 141

¹⁸⁹ Vgl. HIIK 2008, S. 3

¹⁹⁰ Afghanistan (Taliban), Türkei (PKK, kurdish areas), Irak (al-Sadr group)

¹⁹¹ Sudan (Darfur), Somalia (UIC), Chad (various rebel groups)

¹⁹² Sri Lanka (LTTE), Pakistan (Islamists)

¹⁹³ Russia vs. Georgia

¹⁹⁴ Vgl. Anlage

¹⁹⁵ Afghanistan, Sudan, Somalia und Sri Lanka. Vgl. HIIK 2008, S. 3

¹⁹⁶ Sieht man sich die Top-Themen der einzelnen Monate an, erkennt man, dass auch auf Afghanistan, Irak und Somalia – allerdings im Zusammenhang mit den Piratenüberfällen – sehr viele Sendeminuten entfallen. Vgl. Krüger 2009, S. 86 ff.

¹⁹⁷ Vgl. Schreiber 2008, S. 11

aufgezählten Kriegen keiner unter die Top-10 schaffte.¹⁹⁸ Zwar halten Journalisten Krisen, Kriege und Konflikte in der Regel für überdurchschnittlich relevant, weil sie eine Vielzahl der Kriterien besitzen, die aus Ereignissen Nachrichten machen. Ob ein Krieg letztlich aber als berichtenswert eingestuft wird, hängt von seinen Nachrichtenfaktoren. Denn:

„Vergessen sind sie eigentlich nicht, nur haben sie einen zu geringen Nachrichtenwert, die Kriege, die seit Jahren, zum Teil seit Jahrzehnten in Asien, Afrika und Lateinamerika vor sich hinschwelen [...]“¹⁹⁹

Die private internationale Hilfsorganisation *Ärzte ohne Grenzen* veröffentlicht aus diesem Grund seit 1998 jedes Jahr eine Liste mit den „10 vergessenen Krisen“, um auf das Ausmaß und die Schwere von Krisen und Konflikten hinzuweisen, die nicht in den Medien widergespiegelt werden. Jeweils 2006²⁰⁰ und 2007²⁰¹ wird auch der Konflikt in Sri Lanka auf dieser Liste aufgeführt. Der Konflikt ist sicherlich dieser Kategorie zuzuordnen, ist es doch bezeichnend, dass selbst einzelne Medien, wenn sie denn berichten, ihn als „vergessenen Krieg“²⁰² bzw. „vergessenen Konflikt“²⁰³ benennen. So führt beispielsweise der *Stern* in einem *Stern Extra* zu vergessenen Kriegen aus dem Jahr 2003 neben Liberia, Kongo, Indonesien, Kolumbien und Tschetschenien auch Sri Lanka auf.²⁰⁴ UNO Schätzungen zu Folge kamen während der jahrzehntelangen Kämpfe zwischen den Tamilen-Rebellen der LTTE und den Regierungstruppen in Sri Lanka bis zu 100.000 Menschen ums Leben.²⁰⁵ Seit 2008 tobten die schwersten Kämpfe seit Jahren und die Welt nahm vergleichsweise wenig Notiz von ihnen. Was die Zahl der Opfer angehe, so der Friedensaktivist und Experte *John Perera* in einem von der ARD geführten Interview (tagesschau.de), spiele Sri Lanka in einer Liga mit anderen, keineswegs vergessenen Konflikten:

"Sri Lanka kommt gleich nach dem Irak und Afghanistan. Dann gibt es noch Somalia. Sri Lanka ist also unter den ersten Vier, was Kriege auf dieser Welt angeht, aber das spielt in den internationalen Medien und auch für die Regierungen kaum eine Rolle.“²⁰⁶

¹⁹⁸ Vgl. Krüger 2009, S. 86

¹⁹⁹ Krippendorff 2001, o.S.

²⁰⁰ Vgl. Ärzte ohne Grenzen 2006, o.S.

²⁰¹ Vgl. Ärzte ohne Grenzen 2007, o.S.

²⁰² Vgl. Küstner 2009, o.S.

²⁰³ Vgl. Euler 2007, o.S.

²⁰⁴ Vgl. stern.de 2003, o.S.

²⁰⁵ Vgl. Spiegel Online 2009, o.S.

²⁰⁶ Vgl. Küstner 2009, o.S.

Der Krieg in Afghanistan, Irak, Somalia – allerdings nicht im Zusammenhang mit dem Krieg (UIC vs. TFG), sondern den Piratenüberfällen vor der Küste – und der Kaukasus-Konflikt waren, wie dargestellt, prominente Themen in der deutschen Medienberichterstattung, während der Krieg in Sri Lanka allenfalls partiell für Schlagzeilen sorgte. Betrachtet man sich diese Kriege im Einzelnen dann fällt auf, dass sie einige Nachrichtenfaktoren aufweisen, die der Krieg in Sri Lanka nicht zeigt.

Zum Beispiel Dimensionen Status und Relevanz: In den Kriegen in Afghanistan, Irak und dem Kaukasus-Konflikt sind Elite-Nationen, -Personen und teilweise auch -Institutionen involviert; und auch an dem Krieg in Somalia sind, wenn auch nicht direkt, Elite-Nationen, -Institutionen und damit auch -Personen beteiligt. In den Kaukasus-Konflikt ist z.B. mit Russland eine Elite-Nation direkt involviert und auch Georgien ist als NATO- und EU-Beitrittskandidat zumindest prominent einzuordnen. Mit der EU und der NATO haben sich zwei Elite-Institutionen in diesem Konflikt engagiert (z.B. EU-Beobachtermission, EU-Finanzhilfen für Georgien). Ähnlich im Irak und Afghanistan: In beide Kriege sind zahlreiche Elite-Nationen (z.B. USA), -Institutionen (z.B. NATO) und Personen (z.B. Barack Obama) involviert, zum Teil direkt daran beteiligt. Auch Somalia weist – wenn auch nicht im Zusammenhang mit dem Krieg UIC vs. TFG – alle Status-Nachrichtenfaktoren auf (z.B. EU-Mission „Atlanta“ gegen Piraten). Diese Faktoren fehlen in dem Krieg in Sri Lanka weitestgehend. Zwar haben sich z.B. Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden im Rahmen der *Sri Lanka Monitoring Mission* (SLMM) im Rahmen dieses Krieges „engagiert“, der Konflikt steht jedoch verglichen mit den anderen Kriegen weit weniger im Fokus der internationalen Politik. Das Engagement verschiedener Staaten (z.B. China: legt Veto gegen jede UN-Resolution ein) verläuft vergleichsweise „geräuschlos“, ausländische Staaten sind – mit Ausnahme Indiens – nicht direkt involviert und Sri Lanka als Land und die LTTE sind sicherlich auch nicht als Elite-Land bzw. -Institution einzustufen.

Im Gegensatz zu dem Krieg in Sri Lanka weisen die anderen Kriege auch Faktoren der Dimension Identifikation auf. So sind beispielsweise deutsche Soldaten sowohl vor der Küste Somalias als auch in Afghanistan im Einsatz, von den Piratenüberfällen vor der Küste Somalias auch die Schiffe deutscher Reedereien betroffen (Nachrichtenfaktor „Ethnozenismus“). Der Kaukasus-Konflikt ist u.a. in geografischer und kultureller Hinsicht nahe. Von dem Krieg auf Sri Lanka sind hauptsächlich Hindus und Buddhisten betroffen, vielleicht würde es einen Unterschied machen, wenn Christen in den Kampf involviert wären (Nachrichtenfaktor „kulturelle Nähe“). Zwar sind etwa 7% der srilankischen Bevölkerung Christen, aber von

dem Krieg sind hauptsächlich Singhalesen (überwiegend Buddhisten) und Tamilen (überwiegend Hindus) betroffen.²⁰⁷

Die Kriege in Afghanistan, Irak und auch Somalia stehen in einem Bezug zum Kampf gegen den Terror. Zwar hat die EU die LTTE im April 2006 auf ihre Liste der terroristischen Organisationen gesetzt, die LTTE als tamilische Organisation steht jedoch in keinem Bezug zu dem vielleicht bestimmenden Thema unserer Zeit, der Kampf gegen den islamischen Terrorismus (Nachrichtenfaktor „Thematisierung“).

Man kann generell festhalten, dass Deutschland wenig (kulturellen, politischen, geografischen etc.) Bezug zu Sri Lanka und dem Krieg dort hat. Zwar ist Sri Lanka nach wie vor ein beliebtes Reiseziel der Deutschen²⁰⁸, doch der Konflikt war auf den Norden und Nordosten des Landes beschränkt; so wurden die Reisewarnungen des Auswärtigen Amtes auch immer nur für diese Gebiete herausgegeben. In den idyllischen Urlaubsorten im Süden ist es durchaus möglich, seine Zeit zu verbringen, ohne etwas von dem mitzubekommen, was sich im Norden der Insel abspielt.

Der Konflikt in Sri Lanka zog sich, mit kurzen Unterbrechungen, fast dreißig Jahre hin. Doch:

„Entwicklungen von langer Dauer sind in den Medien nur schwer unterzubringen. Egal wie dramatisch Kriege auch sein mögen, wenn sie zu lange andauern kommen sie aus der Mode. Dann werden auch hier nur noch die Spitzen der Eskalation wahrgenommen.“²⁰⁹

Die Dauer des Konfliktes wird also sicherlich auch ein Grund dafür gewesen sein, dass der Krieg in Sri Lanka nur wenig Niederschlag in der deutschen Medienberichterstattung gefunden hat. Bezeichnend das gerade der Mai dieses Jahres der einzige Monat war, in dem der Krieg in Sri Lanka innerhalb der vergangenen zwei Jahren in den Top-Ten-Themen (Platz 10) der deutschen TV-Hauptnachrichten²¹⁰ gelistet ist.²¹¹ In diesem Monat wurde LTTE-Führer *Vellupilai Praphakaran* von srilankischen Regierungstruppen getötet und die LTTE erklärte ihre Kapitulation (Nachrichtenfaktor „Erfolg“).

²⁰⁷ Sri Lanka ist ein Vielvölkerstaat: von den 20,1 Millionen Einwohner (69% Buddhisten, 15% Hindus, 8% Moslems, 7% Christen) stellen die Singhalesen mit 74% die Mehrheit, die Tamilen mit 18% die größte Minderheit; dazu kommen noch 7% „Moors“, Nachfahren arabischer See- und Handelsfahrer. Vgl. Krack 2006, S. 116 ff.

²⁰⁸ Bis 1996 stellten deutsche Touristen die größte Besuchergruppe dar, jetzt liegt man hinter den Briten, Indern und Australiern auf Platz vier. Vgl. Krack 2006, S. 169

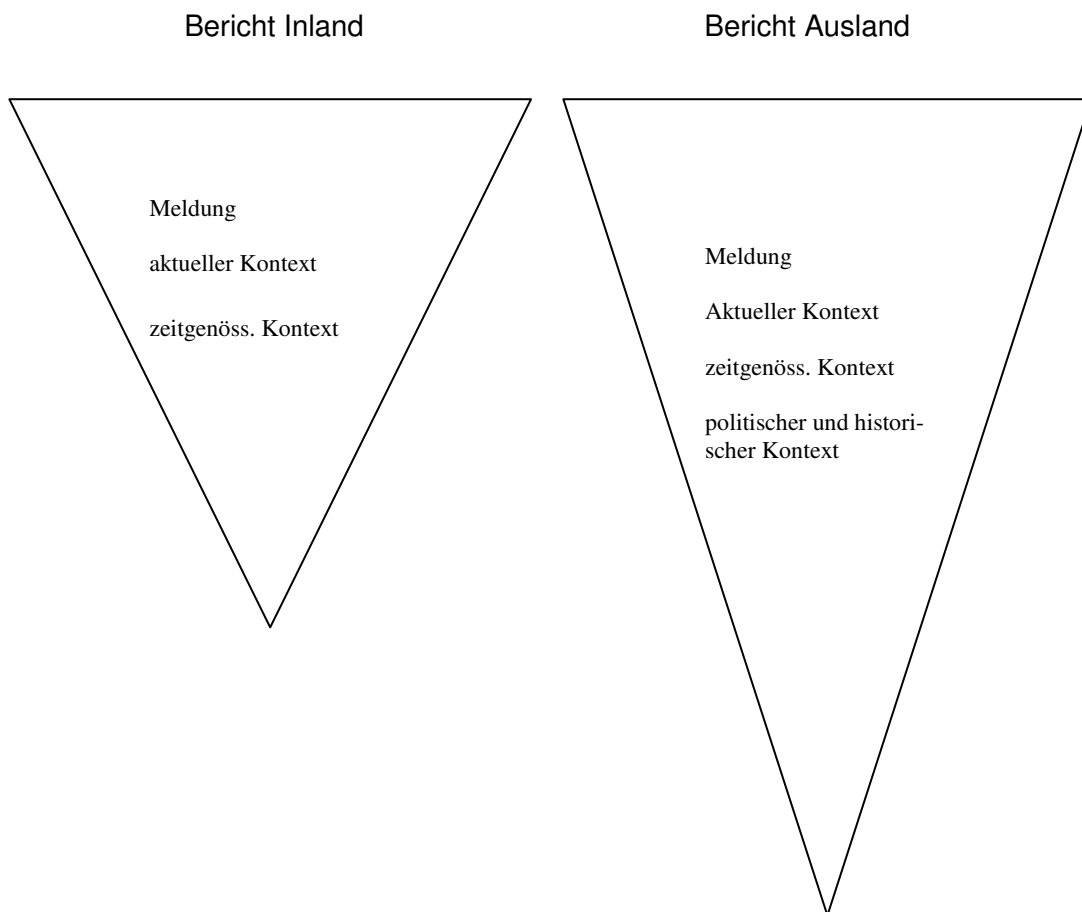
²⁰⁹ Bilke 2002, S. 59

²¹⁰ *Tagesschau* (ARD), *heute* (ZDF), *RTL aktuell*, *SAT1 Nachrichten*

²¹¹ Vgl. InfoMonitor 2009, o.S.

Es ist hier nicht der Platz, um in Einzelheiten auf die Ursachen und den Verlauf des fast dreißigjährigen Krieges einzugehen. Neben der Dauer des Konfliktes wird aber sicherlich auch seine Komplexität ein Grund für die geringe Medienbeachtung gewesen sein. So listet beispielsweise das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung (HIIK) dort insgesamt elf verschiedene Konflikte seit 1948 (vgl. Anlage). Allgemein geht man von einem höheren Bedarf an Kontextinformationen in der Auslands- im Vergleich zur Inlandsberichterstattung aus. Die beiden Pyramiden in Abbildung sollen dies verdeutlichen.

Abbildung 10: Kontexte in der In- und Auslandsberichterstattung



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Hafez 2002, S. 66

Die linke, kleinere umgekehrte Pyramide eines Inlandberichtes repräsentiert in klassischer Weise den Aufbau eines Medienberichts. Der Bericht schreitet vom Aktuellen zum Hintergründigen fort. In den ersten Sätzen

steht die eigentliche Ereignismeldung, es folgen mit abnehmender Dringlichkeit Kontextinformationen, die eine Einordnung des Meldungssachverhalts erlauben. Die rechte, größere umgekehrte Pyramide entspricht in weiten Teilen der Inlandspyramide, ist allerdings auffällig größer. Das ist deshalb der Fall, da zur Erklärung eines Sachverhaltes im Ausland grundsätzlich mehr Kontextinformationen vermittelt werden müssen.²¹² Als Grundsatz kann also formuliert werden, *„dass die journalistische Kontextvermittlung der Auslandsberichterstattung historischen und soziokulturellen Wissensdefiziten der Medienkonsumenten Rechnung tragen muss, die einerseits kompensiert werden müssen, um ein diskursiv gestütztes Auslandsbild vermitteln, die jedoch leicht zu einer strukturellen Überforderung der Medienberichterstattung führen können“*²¹³. Der Kontext des Krieges auf Sri Lanka war sehr komplex war, entsprechend hoch ist der Bedarf an Kontextinformationen. So listet das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung (HIK) 11 verschiedene Konflikte und Konfliktlinien in Sri Lanka seit 1948 mit unterschiedlichen Konfliktparteien (vgl. Anlage 1 und 2). Ein 90 Sekunden Beitrag (Fernsehen) kann das nicht leisten.

Der zu geringe Nachrichtenwert ist aber sicherlich nicht der einzige Grund gewesen, dass der Krieg in Sri Lanka vergleichsweise wenig Beachtung in den deutschen Medien gefunden hat. Hinzu kam, dass die srilankische Regierung freie Berichterstattung von unabhängigen Medien kaum zugelassen hat. Die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ stuft Sri Lanka in ihrer „Rangliste der Pressefreiheit“ auf Platz 165 von 173 Staaten ein.²¹⁴ Auf ihrer Liste der größten 40 Feinde der Pressefreiheit weltweit führen sie sowohl den mittlerweile getöteten LTTE-Chef *Vellupilai Praphakaran* als auch *Gotabhaya Rajapakse*, den Verteidigungsminister und Bruder des Präsidenten von Sri Lanka.²¹⁵ Man muss klar sagen, dass eine freie und unabhängige Berichterstattung nicht im Interesse der srilankischen Regierung war und ist. Ausländischen Journalisten wurde oft das Visum verweigert; andere wiederum wurden festgenommen und des Landes verwiesen.²¹⁶ Unabhängigen Beobachtern (z.B. Mitarbeitern von Hilfsorganisationen) und Journalisten wurde und wird der Zugang zu den umkämpften Gebieten bzw. „Aufanglagern“ verwehrt.

Zudem haben sich die einheimischen Medien einer strengen Selbstzensur unterworfen. Wiederholt kam es zu tödlichen Überfällen und Gewalt

²¹² Vgl. Hafez 2002, S. 65 f.

²¹³ Hafez 2002, S. 67

²¹⁴ Vgl. Reporter ohne Grenzen 2008, o.S.

²¹⁵ Vgl. Reporter ohne Grenzen 2009, S. 8

²¹⁶ Vgl. Die Bundesversammlung – Das Schweizer Parlament 2009, o.S.

gegen Journalisten und Medienschaffende. In einem Untersuchungsbericht, der im Rahmen der *International Press Freedom Mission to Sri Lanka* entstanden ist, werfen *Reporter ohne Grenzen* sowie vier weitere internationale Menschenrechtsorganisationen²¹⁷ der srilankischen Regierung vor, nichts gegen die Gewalt gegen Journalisten zu unternehmen. Der Bericht weist auf drei Tendenzen in der Berichterstattung über den Konflikt hin: Kein Zugang der Presse zu den Kampfregionen und somit kein freier Informationsfluss; eine Welle von Angriffen und Einschüchterungsversuchen gegen Journalisten, die über den Konflikt berichten; Selbstzensur der Medien in Bezug auf Berichte über den Bürgerkrieg.²¹⁸

²¹⁷ *International Federation of Journalists (IFJ)*, *International Media Support (IMS)*, *International News Safety Institute (INSI)*, *International Press Institute (IPI)*

²¹⁸ IMS 2008, S. 5 f.

4 Medienwirkung

Als die größte dänische Tageszeitung *Jyllands-Posten* im September 2005 zwölf Mohammed-Karikaturen veröffentlicht, geht eine Welle der Entrüstung durch die islamische Welt. Die Zeichnungen wurden als Verletzung des islamischen Abbildungsverbotes für den Propheten kritisiert und stellten in den Augen vieler Moslems eine Herabwürdigung desselben dar. In vielen islamischen Ländern kommt es zu Ausschreitungen, bei denen mehr als 150 Menschen getötet werden; in der Folge nimmt die dänische Polizei mehrfach Verdächtige fest, die einen Anschlag auf einen der Karikaturen-zeichner geplant haben sollen.²¹⁹

Als in der Nacht vom 30. zum Sonntag den 31. August 1997 zwei Menschen bei einem Autounfall in Paris sterben, steigern sich Milliarden Menschen weltweit in eine kollektive Trauerbegeisterung hinein. Eine der Toten ist eine Medienikone: Prinzessin Diana.

Zwei Medienereignisse – zwei Medienwirkungen²²⁰ über Ländergrenzen und traditionelle Kommunikationsräume hinweg. In den seltensten Fällen sind Medienereignisse allerdings so stark und eindeutig.

Im Zusammenhang mit Kommunikation von Wirkung zu sprechen, ist im Grunde tautologisch:

„Ein Kommunikationsvorgang, bei dem nicht wenigstens ein Minimum an Verständigung, an – wenn auch unbeabsichtigter – Bedeutungsvermittlung eintritt, kann nicht als solcher beschrieben werden, sondern allenfalls als Grenzsituation eines vergeblichen, weil wirkungslosen, Kommunikationsversuches.“²²¹

Dass Medien im Allgemeinen Wirkungen auf Gesellschaft und Individuen haben, ist heute unumstritten.²²² Die Frage indes, welche Wirkung genau und in welchem Ausmaß, darüber gibt es in der Wirkungsforschung keinen Konsens.²²³

Medienwirkungen sind nur schwer zu analysieren und theoretisch zu fassen, da Wirkung keine einzeln messbare Größe ist, sondern ein komplexes theoretisches Konstrukt. *„Es gibt zahlreiche Einflussfaktoren, die auch in Experimenten und anderen Studien nicht komplett kontrolliert werden können.“*²²⁴ Die Wirkung von Medien ist situationsabhängig, auch sind

²¹⁹ Vgl. sueddeutsche.de

²²⁰ „Von Medienwirkungen spricht man, wenn Meinungen, Einstellungen, Realitätsvorstellungen, Emotionen oder Verhaltensweisen der Rezipienten von Medieninhalten direkt oder indirekt beeinflusst werden.“ Maurer/Reinmann 2006, S. 27

²²¹ Kamps 1999, S. 115

²²² Vgl. Meier 2007, S. 112

²²³ Vgl. Häfetz 2002, S. 109

²²⁴ Meier 2007, S. 112

Rezipienten der Medienbotschaft nicht passiv ausgesetzt. Welche Bedeutung der massenmedialen Aussage im Einzelfall entnommen wird, hängt von den einzelnen Rezipienten- (Alter, kognitive Fähigkeit, emotionale Befindlichkeit, Vorwissen etc.) und Botschaftsmerkmalen (z.B. Art des Mediums oder Gestaltungsform der Aussage) ab.²²⁵ Ein Medienangebot durchläuft hinsichtlich seiner Wirkung bei den Empfängern mindestens drei Filter:

1. Aufmerksamkeit (Auffälligkeit, Überraschung etc.),
2. Relevanz (z.B. situative Bedürfnisse) und
3. Evaluation (Akzeptanz durch persönlichen Nutzen).²²⁶

Dem Medienkonsum vorgeschaltete Einstellungen intervenieren beim Erleben, Verarbeiten und Bewerten einer Information. Das Medienangebot bildet dann in Verbund mit Vorkenntnissen, Interessen und Bedürfnissen individuell geprägte und aktiv modifizierte Wahrnehmungen, eine Medienwirklichkeit.

„Trotz aller Einschränkungen bleibt jedoch die Erkenntnis, dass Massenmedien durch ihre Eignung, große disperse Publika zu erreichen, einen weitreichenden Einfluss auf die Tagesordnung und Tendenzen des gesellschaftlich-öffentlichen Diskurses nehmen. [...] Mit dem Wachstum massenmedialer Kommunikation kennt die Bevölkerung in der öffentlichen Sphäre eine eigene, manchmal nur eine einzige Realität, die massemediale Realität.“²²⁷

Das trifft insbesondere auf die Auslandsberichterstattung zu, weil sie sich mit einem zutiefst erfahrungsfernen Sektor unserer Lebenswelt befasst und darauf aufbauende Wirklichkeitsentwürfe vergleichsweise selten durch persönliches Erfahrung modifiziert werden können.

Nachfolgend werde ich den am wenigsten umstrittenen Ansatz der Wirkungsforschung vorstellen, dass Agenda-Setting.²²⁸

4.1 Agenda-Setting

Die Agenda-Setting oder Thematisierungsforschung fragt in erster Linie nicht danach *welche* Meinung die Bevölkerung hat, sondern *wozu* sie eine Meinung hat. Im Rahmen dieses Ansatzes wird davon ausgegangen, dass

²²⁵ Vgl. Hafez 2002, S. 118 ff.

²²⁶ Vgl. Kamps 1999, S. 139

²²⁷ Kamps 1999, S. 137

²²⁸ Vgl. Hafez 2002, S. 111

die Massenmedien vorgeben, welche Themen die Bevölkerung als besonders wichtig ansieht, d.h. die Medien bestimmen die „Tagesordnung“ (Agenda) bzw. üben eine Thematisierungsfunktion aus. Durch Häufigkeit der Berichterstattung, Umfang und Aufmachung beeinflussen die Medien die Bedeutsamkeit, die die Öffentlichkeit Themen zumisst. Dabei wird angenommen, dass die Medien weniger beeinflussen können, *was* die Menschen denken, als vielmehr *worüber* sie nachdenken.²²⁹

Medien können demnach zwar keine Einstellungen und Meinungen beeinflussen, sind jedoch in der Lage, Aufmerksamkeit für ein Thema zu erzeugen und die Agenda des öffentlichen Diskurses zu beeinflussen.²³⁰

Michael Schenk beschreibt Agenda-Setting als ein Prozess der Erzeugung von „Aufmerksamkeit“, „Wissen“ und „Problembewusstsein“ über Vorgänge, die sich primär außerhalb des durch die Sinnesorgane erfassbaren Nahbereichs der menschlichen Wahrnehmung ereignen.²³¹

Die Themenstrukturierung durch die Massenmedien wird allerdings lediglich als einer von mehreren Faktoren der öffentlichen Themengenerierung betrachtet. Massenmedien bestimmen ihre Themen nicht alleine, sondern im Zusammenspiel mit anderen Kräften der Gesellschaft in Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Des Weiteren sind im Prozess der öffentlichen Wirkung von Medienagenden eine Reihe intervenierender Variablen auszumachen (z.B. Orientierungsbedarf des Individuums, Art des Mediums oder der persönliche Kontakt zum Thema), die den Einfluss der Massenmedien auf die Publikumsagenda relativieren.²³²

4.2 Medien und Außenpolitische Entscheidungen

Eine verbreitete Klassifizierung außenpolitischer Einstellungen geht von einer etwa gleichmäßigen Dreiteilung der Öffentlichkeit aus, bestehend aus

- § einem „Massenpublikum“, dass, abgesehen von den bedeutendsten internationalen Ereignissen, über wenig außenpolitisches Wissen verfügt,
- § einem interessierten Publikum, dass viele Ereignisse und Entwicklungen rezipiert, dabei jedoch keine differenzierten Einstellungen, sondern inkonsistente Meinungen vertritt und starke Meinungsfluktuationen in Abhängigkeit von der aktuellen Informationslage aufweist,

²²⁹ Vgl. Meier 2007, S. 115

²³⁰ Vgl. Hafez 2002, S. 109 f.

²³¹ Vgl. Schenk 2007, S. 194

²³² Vgl. Hafez 2002, S. 118

§ und einem Segment der „Meinungsführer“, das sich durch ausgeprägte und stabile Anschauungen auszeichnet, die sozial kommuniziert werden.²³³

Untersuchungen zeigen, dass etwa zwei Drittel der Bevölkerung westlicher Industriestaaten über zu wenig Wissen und zu undifferenzierte Ansichten über Außenpolitik verfügen, um die Massenmedien aktiv bei der außenpolitischen Thematisierung zu unterstützen. Die große Mehrheit beschäftigt sich weit mehr mit Wirtschafts- und sozialpolitischen als mit außenpolitischen Themen. *„Ein großer Teil der deutschen Bevölkerung ist an außenpolitischen Fragen nicht interessiert oder aber erachtet diese für zu kompliziert, um verstanden werden.“*²³⁴

Ein Teil der „Meinungsführer“ für außenpolitische Fragen ist jedoch politisch organisiert oder sympathisiert mit politischen und gesellschaftlichen Gruppen, besitzt also das Potenzial zur Umsetzung von Themenpräferenzen in aktive öffentliche Thematisierung. Ob die organisierte Öffentlichkeit allerdings *„ein internationales Thema besetzt und Einfluss auf die Medienagenda zu nehmen versucht, hängt in hohem Maße vom Thema ab. Anders als die in der Regel kleineren Vereine und Initiativen, die sich bestimmter Auslandsbereiche und –themen permanent annehmen, werden die großen gesellschaftlichen Organisationen bei Außenpolitik und internationalen Fragen nur sporadisch aktiv“*²³⁵. Dadurch steigt die Bedeutung in der Eigenthematisierung durch den Journalismus in der Auslands- im Vergleich zur Inlandsberichterstattung.²³⁶

4.2.1 Medienmacht oder Medienohnmacht?

*„Im Verhältnis von medialer Berichterstattung und außenpolitischer Entscheidung lassen sich – sehr vereinfacht – zwei Forschungsperspektiven unterscheiden, die jeweils von starken bzw. schwachen Medien ausgehen. In einem Fall wird unterstellt, Medien „machten“ Außenpolitik (Medienmacht-These; CNN-Effekt-Debatte²³⁷). Im zweiten Falle wird dies bestritten (Medienohnmacht-These).“*²³⁸

²³³ Vgl. Hafez 2002, S. 112

²³⁴ Hafez 2002, S. 113

²³⁵ Hafez 2002, S. 117 f.

²³⁶ Vgl. Hafez, S. 112 ff.

²³⁷ „Die metaphorische Bemerkung des ehemaligen UN-Generalsekretärs Kofi Annan, die Medien seien das „16. Mitglied im Sicherheitsrat“ soll dabei die Fähigkeit des ersten globalen Fernsehnetzwerkes – gemeint war CNN – unterstreichen, die (Welt) Öffentlichkeit schnellstens und dauerhaft über internationale Ereignisse zu informieren und dadurch natio-

Nach der „Medienohnmacht-These“ nutzen außenpolitische Entscheidungsträger die Medien für ihre Zwecke. Demnach kontrollieren politische Akteure die außenpolitische Berichterstattung.²³⁹

Die „Medienmacht-These“ hingegen unterstellt ein erhebliches Einflusspotential der Medien. Demnach sind die Medien eigenständige Akteure, die außenpolitische Entscheidungen provozieren können, ohne den Regierungen Zeit für Überlegungen zu lassen. Insgesamt gehen die Einschätzungen zur außenpolitischen „Medienmacht“ jedoch weit auseinander. Sie reichen von der Unterstellung einer positiven aufklärerischen Wirkung (Rotberg/Weis 1996) über die Infragestellung eines CNN-Faktors (Wilke 1996) bis hin zur Stigmatisierung der Medien als Konflikt verschärfende Brandstifter (Beham 1996).²⁴⁰

Die Vorstellung Medien „machen“ Außenpolitik wird der Komplexität politisch-medialer Interaktion nicht gerecht.²⁴¹ Politiker weisen einen eher geringen Orientierungsbedarf auf und sind durch eigene Kanäle in der Regel gut informiert. Sie besitzen eigene Zielvorstellungen, Agenden und direkte Kontakte in Bezug auf das Auslandsgeschehen und sind daher nicht ohnmächtig gegenüber den Medien, zumal sie selbst über Möglichkeiten der Medienbeeinflussung (etwa staatliche Öffentlichkeitsarbeit) verfügen.²⁴²

Doch es ist in modernen Mediengesellschaften schwierig, längere Zeit Politik gegen die öffentliche, sprich veröffentlichte Meinung zu machen. Die Zustimmung der Öffentlichkeit zu haben, verleiht Legitimität. Indem Politiker die Medien nutzen um zu erfahren, was die Öffentlichkeit weiß und denkt, übernehmen die Medien nicht nur für die Bürger eine Orientierungsfunktion, sondern ebenso für die politischen Entscheidungsträger.²⁴³ Medien können sicherlich keinen direkten Einfluss auf die Richtung der Politik nehmen, aber sie können die Themenagenda und das Verständnis der Regierung von der Bedeutung eines Themas beeinflussen. Medien können die Politik dazu bewegen, sich öffentlich mit einem bestimmten Thema auseinanderzusetzen.²⁴⁴

nale Entscheidungsträger zu kurzfristigen, oft unüberlegten Reaktionen zu zwingen.“ Sarcinelli/Menzel 2007, S. 331

²³⁸ Sarcinelli/Menzel 2007, S.330

²³⁹ Vgl. Sarcinelli/Menzel 2007, S. 330 f.

²⁴⁰ Vgl. Sarcinelli/Menzel 2007, S. 330 f.

²⁴¹ Vgl. Sarcinelli/Menzel 2007, S. 331

²⁴² Vgl. Hafez 2002, S. 119

²⁴³ Vgl. Sarcinelli/Menzel 2007, S. 328

²⁴⁴ Vgl. Hafez 2002, S. 119

Auslandsberichterstattung kann demnach

1. einen Thematisierungsdruck auf die Politik entfalten,
2. der zugleich ein Entscheidungs- und Handlungsdruck ist, und
3. das Tempo politischer Entscheidungsprozesse beeinflussen, indem sie Reaktionen von der Politik „einklagt“.²⁴⁵

Voraussetzung dafür, ist natürlich dass Öffentlichkeit hergestellt wird, dass ausländische Themen Nachrichten werden.

²⁴⁵ Vgl. Hafez 2002, S. 120

Schluss

*"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien."*²⁴⁶

Die Medien sind in das Zentrum von Staat und Gesellschaft gerückt und durchdringen immer stärker und engmaschiger alle gesellschaftlichen Bereiche. Wir gestalten unseren Alltag-, unsere Arbeits- und Freizeitabläufe mit ihnen und um sie herum.

Presse, Radio und Fernsehen prägen durch ihre Artikel und Programme einen erheblichen Teil dessen, was wir vom Geschehen um uns kennen oder zu kennen glauben. Je weiter wir unsere unmittelbare Umgebung dabei verlassen, desto abhängiger werden wir von den Medien. Unsere Kultur ist medienbestimmt: *„Nichts ist wirksam und wirklich, was nicht in den Massenmedien konstruiert wird."*²⁴⁷

„Kein Wahlkampf ohne öffentliche Meinung, kein Absatz ohne Werbung; keine Kultur ohne Fernsehen, keine Aufmerksamkeit ohne Public Relations. Oder anders gesagt: Wirklich ist längst nicht mehr das, was wirklich ist, sondern das, was in den Medien ist.“²⁴⁸

Die letzten Jahrzehnte waren von einer rasanten technologischen Entwicklung und einer damit einhergehenden wahren *„Explosion von Kommunikationsmöglichkeiten"*²⁴⁹ gekennzeichnet. Die Spannweite des massenmedialen Angebots ist enorm. Ob fiktional aufbereitet oder als nüchterne Fakten präsentiert: Die Medien bringen uns Ereignisse aus aller Welt näher, aus dem eigenen Land bis zum Neuesten aus der Gemeinde. Sie informieren uns über jene Dinge, die unsere schmale unmittelbare Wahrnehmung nicht erfassen kann. Wir sind es inzwischen gewohnt, weit über den Tellerrand unseres Landes hinauszublicken und nehmen an Ereignissen auf der ganzen Welt Teil. Nie war es einfacher, sich über das Weltgeschehen zu informieren.

Doch nur ein Bruchteil der täglichen weltweiten Geschehnisse kann tatsächlich zur Nachricht werden. Medien sind abhängig von den Darstellungsmöglichkeiten ihrer jeweiligen medialen Plattform: Räumliche und zeitliche Begrenzungen schränken mediale Berichterstattung auf einen kleinen Ausschnitt der Wirklichkeit ein. Informieren ist selektieren, *„Information wird stets von Nicht-Information begleitet"*²⁵⁰.

²⁴⁶ Luhmann 2004, S. 9

²⁴⁷ Merten 1994, S. 159

²⁴⁸ Kamps 1999, S. 55

²⁴⁹ Luhmann 1997, S. 302

²⁵⁰ Kamps 1999, S. 61

Die moderne Mediengesellschaft verlässt sich auf die durch den Journalismus konstruierte Wirklichkeit. Journalismus ist ein Vertrauensgut: Wir vertrauen darauf, dass die Journalistinnen und Journalisten die für uns wichtigen Themen auswählen und dass die Beschreibungen, die sie liefern, richtig sind.

Medieninhalte sind das Produkt einer Vielzahl von Einflüssen, die zudem miteinander interagieren. Der internationale Nachrichtenmarkt wird von vier *Weltnachrichtenagenturen* beherrscht. Sie liefern die Grundversorgung mit Nachrichten und bestimmen die Struktur der Medienberichterstattung. Die Stationierung eines Korrespondenten ist sehr kostenaufwendig, nur die wenigsten Medienanbieter können sich das leisten. Wir müssen uns deshalb von dem Mythos des selbstständig ermittelnden Journalisten trennen, der größte Teil internationaler Nachrichten läuft über die Weltagenturen.

Die Diskussion um eine „Neue Internationale Informations- und Kommunikationsordnung“ hat keinesfalls an Aktualität und Bedeutung verloren. *Marshall McLuhan* hat mit Blick auf die elektronischen Medien von einem globalen Dorf gesprochen: Real existierende Distanzen würden durch ihr Potenzial überwunden.²⁵¹ Dank der satellitengestützten Fernsehtechnik sind dem globalen Dorf in der Tat keine technischen Grenzen mehr gesetzt. Doch Nachrichten sind keine getreuen Abbilder des (Welt-) Geschehens, sondern Folge einer an Nachrichtenfaktoren ausgerichteten Weltsicht. Nachrichtenmedien berichten eher nationen- und kulturgebunden, aus einer länderspezifischen, nicht globalen Perspektive, die die Welt hierarchisch in Regionen, Länder und Kulturen einteilt. Während einige wenige Länder das Bild der Medienberichterstattung dominieren, wird die große Mehrheit der anderen Staaten – insbesondere die Länder der „Dritten Welt“ – erst über dramatische Vorgänge für die Nachrichtenjournalisten interessant, sie existieren im Nachrichtenbild nur peripher, fragmentarisch und tagesaktuell.

Kriege und Konflikte haben für Journalisten immer eine hohe Priorität; sie besitzen eine Vielzahl der Kriterien, die aus Ereignissen Nachrichten machen. Faktoren wie Konflikt, Schaden oder Negativität summieren sich zu einem hohen Nachrichtenwert und machen es einfach die Nachrichtenschwelle zu überwinden. Doch ist nicht gleich Krieg: Während einige wenige Kriege im Zentrum des Medieninteresses stehen, findet der Großteil allenfalls partiell in der Medienberichterstattung statt. Kriege werden insbesondere dann als berichtenswert eingestuft, wenn der Grad der Betroffenheit (des eigenen Landes) hoch ist, so genannte Elite-Nationen beteiligt

²⁵¹ Vgl. McLuhan 1964

sind, die Möglichkeit von Anschlusskommunikation an berichtete Ereignisse im Inland besteht, eine geringe kulturelle, politische und ökonomische Distanz vorhanden ist und es die Möglichkeit gibt, den Krieg zu personalisieren und zu visualisieren.

Das Ideal der Objektivität steht im Zentrum des Selbstverständnisses westlicher Mediensysteme; an ihr orientieren sich rechtliche Vorschriften, ethische Kodizes und viele praktische Lehrbücher.²⁵² Der Begriff „objektiv“ suggeriert – oder soll suggerieren – ein Journalist oder eine Journalistin befasse sich völlig neutral, wertfrei, unparteiisch mit einem Thema, und die eigene Person spiele dabei überhaupt keine Rolle. Das ist natürlich Unsinn. Völlige Objektivität kann es nicht geben. Der subjektive Faktor des journalistischen Betrachters spielt immer eine Rolle und lässt sich nie völlig ausschalten. Welche Worte Journalisten benutzen, über welche Kriege sie berichten, wo sie diese Berichte platzieren, sie treffen Entscheidungen auf der Basis ihrer Wertvorstellungen. Nur wenn sich ein Journalist dieser Tatsache bewusst ist, kann er sich darum bemühen, seine Berichterstattung so objektiv wie möglich zu gestalten.

Objektivität und Unparteilichkeit können durchaus Gegensätze sein. Menschenrechte sind nicht teilbar, wie soll man Menschenrechtsverletzungen ausgewogen darstellen? Berichterstattung über Menschenrechtsverletzungen muss kritisch und kann nicht „neutral“ sein, weil Neutralität dann zugleich Parteinahme für Unrecht implizieren würde.

Das soll keineswegs heißen, dass Journalisten unkritisch Partei ergreifen für eine am Konflikt beteiligte Gruppe. Für die Beurteilung von Journalismus gibt es keine absoluten Maßstäbe. Klar ist aber, dass Journalisten für die Wirklichkeitsangebote die sie machen die Verantwortung tragen. Sie können sich nicht hinter vermeintlicher "Objektivität", professioneller Standards oder journalistischer Routinen verstecken. Stattdessen sollte das Prinzip Verantwortlichkeit zum Maßstab journalistischen Handelns werden.

Medien spielen – zumindest in einem demokratischen Regierungssystem – mehr als nur die Rolle des Informationsvermittlers. Die Medien sind die Träger der öffentlichen Kommunikation. Informationen müssen gesucht, ausgewählt, bearbeitet und aufbereitet werden. Indem sie Themen auswählen und innerhalb einer gewissen Hierarchie präsentieren, legen die Medien den Bedeutungsgrad einer Nachricht fest. Medien schaffen es vielleicht nicht, uns zu sagen, was wir denken sollen, aber sie schaffen es erstaunlich gut, uns zu sagen, worüber wir denken sollen.

²⁵² Vgl. Schmidt/Weischenberg 1994, S. 225

Durch Themenauswahl, Kommentierung und ihre Funktion als öffentliches Forum sind die Medien einerseits Vermittler von Politik, andererseits fungieren sie aber auch als Agenda-Setter im politischen System, können einen Thematisierungsdruck auf die Politik entfalten, der zugleich ein Entscheidungs- und Handlungsdruck ist.

Die Berichterstattung über Konflikte bildet die Grundlage für die Meinungsbildung des Publikums, sie wirkt zurück auf das Verhalten der beteiligten Parteien und kann damit – in einem bestimmten Rahmen – auch politische Reaktionen beeinflussen.

Voraussetzung dafür ist natürlich dass Öffentlichkeit hergestellt wird, dass auch Themen abseits des journalistischen *Mainstreams* Nachrichten werden. Ein so gravierendes Geschehen wie Krieg darf nicht verborgen bleiben; wenn die Konfliktparteien die öffentliche Meinung nicht zu fürchten brauchen, fällt oft die letzte Hemmschwelle. Medien und die Öffentlichkeit, die sie erzeugen, wirken als Regulativ, auch Medien können sich in den Dienst des Friedens und der Entwicklung stellen. Mit ihrer Bedeutung und zentralen Funktion geht auch eine große Verantwortung einher, die sie leider viel zu selten wahrnehmen.

Interessant finde ich in diesem Zusammenhang den Ansatz des Friedensforschers *Johan Galtung*, der auf Grundlage seiner Konflikttheorie und in der Auseinandersetzung mit den Selektionsmechanismen der Medien ein Modell für einen Friedensjournalismus entwickelt hat.²⁵³ Er entwickelt vier große Ziele für einen Friedensjournalismus: Frieden/Konflikt, Wahrheit, Menschen und Lösung. *Galtung*:

„Es ist ein großer Auftrag, den ein Journalist zu erfüllen hat. Doch es ist genau das, was die Medien tun müssen, wollen sie der Öffentlichkeit in Kriegszeiten am besten dienen. Wenn es das vorgegebene Hauptziel eines Krieges ist, Frieden zu schaffen, dann ist der Journalist in einer Position, in der er das Erreichen dieses Ziels erleichtern kann. Die Medien können Kommunikationskanäle öffnen, damit wir besser aus Kriegseignissen lernen und verschiedene Lösungsmöglichkeiten entdecken können. Wenn Kommunikation effektiv ist, können Konflikte gelöst werden. Politische und ökonomische Gleichheit von Ländern kann nur durch gleichen Zugang zu Informationen sowie durch eine faire und vollständige Berichterstattung der Weltpresse ermöglicht werden. Die Medien sind vielleicht unser mächtigstes Hilfsmittel, um zukünftige Konflikte zu lösen und Kriege zu vermeiden.“²⁵⁴

Um mit *Sonia Mikichs* Worten zu schließen: Wir brauchen kein „Ausland light“, sondern eine Auslandsberichterstattung, die uns für Wesentli-

²⁵³ Vgl. Galtung 1998

²⁵⁴ Galtung/Vincent 1993, S. 209 f.

ches öffnet. In diesem Sinne ist ihre Idealvorstellung von einem Auslandsberichterstatler „*ein Augenzeuge, ein Detektiv und ein Humanist*“.²⁵⁵

²⁵⁵ Mikich 2003, S. 127

Literatur- und Quellenverzeichnis

Bücher

- Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin, Matthias: Medien und Ökonomie. Wiesbaden 2003
- Bonfadelli, Heinz: Die Wissenskluft-Perspektive. Massenmedien und gesellschaftliche Information. Konstanz 1994
- Dreßler, Angela: Nachrichtenwelten. Hinter den Kulissen der Auslandsberichterstattung. Eine Ethnographie. Bielefeld 2008
- Eilders, Christiane: Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen. Opladen 1997
- Faulstich, Werner: Einführung in die Medienwissenschaft. Taschenbuch, Stuttgart 2002
- Hafez, Kai: Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Band 1: Theoretische Grundlagen. Baden-Baden 2002
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2006
- Kamps, Klaus: Politik in Fernsehnachrichten. Struktur und Präsentation internationaler Ereignisse – Ein Vergleich. Düsseldorfer Kommunikations- und Medienwissenschaftliche Studien, Band 3, Baden-Baden 1999
- Kiefer, Marie-Luise: Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. 2. vollständig überarbeitete Auflage, München 2005
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: Publizistik: ein Studienhandbuch. 2., durchgesehene und aktualisierte Auflage, Köln [u.a.] 2005
- Krack, Rainer: Sri Lanka. Reise Know-How, 8., komplett aktualisierte und erweiterte Auflage, Bielefeld 2006
- Lippmann, Walther: Public Opinion. Mineola 2004
- Löffelholz, Martin: Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden 2004

- Luhmann, Niklas: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Band 1. Frankfurt am Main 1997
- Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage, Wiesbaden 2004
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten: Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden 2006
- McLuhan, Marshall: Understanding Media – The Extension of Man. Cambridge 1964
- Meier, Klaus: Journalistik. Taschenbuch, Konstanz 2007
- Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. 3., vollständig überarbeitete Auflage, Tübingen 2007
- Schreiber, Wolfgang: Das Kriegsgeschehen 2006. Daten und Tendenzen der Kriege und bewaffneten Konflikte. Arbeitsgemeinschaft Kriegsursachenforschung (AKUF), Wiesbaden 2008
- Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Freiburg/München 1976
- Schulz, Winfried: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Opladen 1997
- Tonnenmacher, Jan: Kommunikationspolitik in Deutschland: Eine Einführung. Konstanz 2003
- Esser, Frank: Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich. Freiburg/München 1998
- Weischenberg, S./Scholl, A./Malik, M.: Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über den Journalisten in Deutschland. Konstanz 2006
- Weischenberg, Siegfried: Journalistik: Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2, Wiesbaden 1995
- Donsbach, Wolfgang: Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage, Frankfurt am Main 2009

- Faulenbach, Jürgen: Massenmedien. In: Informationen zur politischen Bildung. Massenmedien, Nr. 260, Bonn 2000
- Galtung, Johan/Vincet, Richard: Krisenkommunikation morgen. Zehn Vorschläge für eine andere Kriegsberichterstattung. In: Martin Löffelholz (Hrsg.): Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen 1993
- Gäbler, Bernd: Was hat die Quote im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu suchen? In: Ridder, C./Langenbucher, W./Saxer, U. et al. (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlichen Rundfunks: Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden 2005
- Halff, Gregor: Wa(h)re Bilder? Zur Glaubwürdigkeit von Fernsehnachrichten. In: Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/Wiesbaden 1998
- Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli et al.: Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Mediensymposium Luzern Band 8, Wiesbaden 2004
- Kamps, Klaus: Nachrichtengeographie. In: Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/Wiesbaden 1998
- Kepplinger, Hans Matthias: Wirkung der Massenmedien. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage, Frankfurt am Main 2009
- Kepplinger, H.-M./Gotto, K./Brosius, H.-B. et al.: Der Einfluss der Fernsehnachrichten auf die politische Meinungsbildung. Alber-Broschur Kommunikation Band 16, München 1989
- Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2008: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT1. In: Media Perspektiven 2/2009, Frankfurt am Main 2009
- Löffelholz, Martin/Altmeyden, Klaus Dieter: Journalismus. In: Jarren, O./Sarcinelli, U./Saxer, U. (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch. Opladen/Wiesbaden 1998

- Merten, Klaus: Evolution der Kommunikation. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Merten, Klaus/Westerbarkey, Joachim: Public Opinion und Public Relations. In: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Meckel, Miriam/Kamps, Klaus: Fernsehnachrichten. In: Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/Wiesbaden 1998
- Mikich, Sonia: Geistige Provinzialisierung. In: Cippitelli, Claudia/Schwanebeck, Axel: Nur Krisen, Kriege, Katastrophen? Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen. Dokumentation der 21. Tutzinger Medientage. München 2003
- Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage, Frankfurt am Main 2009
- Ruf, Werner: Herrschender Diskurs – Herrschende News. In: Österreichisches Studienzentrum für Frieden und Konfliktlösung (Hrsg.): Gute Medien – Böser Krieg? Wien/Berlin 2007
- Ruhrmann, Georg: Ereignis, Nachricht und Rezipient. In: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und –bewertung. In: Media Perspektiven 9/2005, Frankfurt am Main 2005
- Schade, Edzard: Kommunikations- und Mediengeschichte. In: Bonfadelli, H./Jarren, O./Siegert, G. (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Auflage, Bern 2005
- Sarcinelli, Ulrich/Menzel, Marcus: Medien. In: Schmidt, S./Hellmann, G./Wolf, R. (Hrsg.): Handbuch zur deutschen Außenpolitik. Wiesbaden 2007
- Schneider, Beate: Mediensystem. In: Otfried, Jarren/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen/Wiesbaden 1998

- Schulz, Winfried: Massenmedien und Realität. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989
- Schulz, Winfried: Medienwirklichkeit und Medienwirkung. In: Hoffmann, Hilmar: Gestern begann die Zukunft. Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung der Medienvielfalt. Darmstadt, 1994
- Schulz, Winfried: Nachrichten. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage, Frankfurt am Main 2009
- Schmidt, Siegfried/Weischenberg, Siegfried: Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen. In: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Struk, Thomas: Redigierpraxis von Tageszeitungen bei Agenturberichten. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Von der Agentur zur Redaktion. Wie Nachrichten gemacht, bewertet und verwendet werden. Köln 2000
- Schwanebeck, Axel: Die Welt im Wohnzimmer. In: Cippitelli, Claudia/Schwanebeck, Axel: Nur Krisen, Kriege, Katastrophen? Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen. Dokumentation der 21. Tutzinger Medientage. München 2003
- Zubayr, Camille/Geese, Stefan: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. In: Media Perspektiven 4/2009, Frankfurt am Main 2009

Internet

- Ärzte ohne Grenzen: Die 10 vergessenen Krisen 2006, [http://www.aerzte-ohne-grenzen.at/mediathek-und-archiv/archiv/details/?user_msf_pi1\[uid\]=890&cHash=651377e348](http://www.aerzte-ohne-grenzen.at/mediathek-und-archiv/archiv/details/?user_msf_pi1[uid]=890&cHash=651377e348), 01.08.2009
- Ärzte ohne Grenzen: Die 10 vergessenen Krisen 2007, <http://www.aerzte-ohne-grenzen.at/presse/pressemitteilungen/details/blinde-flecken-in-der-berichterstattung-aerzte-ohne-grenzen-veroeffentlicht-liste-der-zehn-vergesse/>, 01.08.2009
- Die Bundesversammlung – Das Schweizer Parlament: Bürgerkrieg in Sri Lanka. Engagement der Schweiz. 09.3358 – Motion, 31.03.2009,

http://www.parlament.ch/D/Suche/Seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20093358, 03.08.2009

Krippendorff, Ekkehart: Kritik der Außenpolitik. Frankfurt am Main 2000, <http://www.uibk.ac.at/peacestudies/downloads/peacelibrary/vergessenekriege.pdf>, 03.08.2009

Eberhardt, Oliver: Der vergessene Krieg, 22.07.2006, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/23/23160/1.html>, 11.08.2009

Euler, Sabine: Der vergessene Konflikt, September 2007, <http://www.3sat.de/dynamic/sitegen/bin/sitegen.php?tab=2&source=/delta/111717/index.html>, 01.08.2009

Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung: Conflict Barometer 2008, http://hiik.de/de/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2008.pdf, 03.08.2009

International Media Support (IMS): Media under fire: Press freedom lockdown in Sri Lanka, Januar 2009, http://www.rsfs.org/IMG/pdf/rapport_sri_Lanka.pdf, 04.08.2009

InfoMonitor: InfoMonitor Mai 2009: Opel-Krise war Topthema, 15.06.2009, <http://www.politik-digital.de/infomonitor-mai-2009-opel-krise-war-topthema>, 03.08.2009

Kenntemich, Wolfgang:
http://www.nbu.bg/PUBLIC/IMAGES/File/departamenti/kino_reklama/1.pdf, 05.08.2009

Küstner, Kai: Der vergessene Krieg in Sri Lanka. Ein Konflikt zwischen Löwen und Tigern, 07.12.2008, <http://www.tagesschau.de/ausland/srilanka110.html>, 01.08.2009

Reporter ohne Grenzen: Rangliste der Pressefreiheit 2008, 22.10.2008, <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=312>, 04.08.2009

Reporter ohne Grenzen: Predators of press freedom, 02.05.2009, <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/pics/Feinde/PF.pdf>, 04.08.2009

Ruhrmann, Georg/Göbbel, Roland: Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Abschlussbericht für netzwerk recherche e.V. April 2007,

<http://www.netzwerkrecherche.de/docs/ruhrmann-goebbel-veraenderung-der-nachrichtenfaktoren.pdf>, 26.07.2009

SevenOne Media GmbH: Alltagsmedien im Vergleich, Februar 2007,
http://appz.sevenonemedia.de/download/publikationen/Erlebnis_Fernsehen.pdf, 02.08.2009

Stern.de: Extra: Vergessene Kriege, 17.12.2003,
<http://www.stern.de/politik/ausland/extra-vergessene-kriege-509766.html>,
01.08.2009

Sueddeutsche.de: Mohammed-Karikaturen erneut veröffentlicht. 13.02.2008, 12:29
Uhr, <http://www.sueddeutsche.de/politik/74/432823/text/>, 15.08.2009

Spiegel Online: Bürgerkrieg fordert 100.000 Todesopfer, 20.05.2009,
<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,626093,00.html>, 07.08.2009

Zastiral, Sascha: Sri Lanka fürchtet die „schwarzen Tiger“. Blutige Anschläge, Zensur und – vergebliches Warten auf Hilfe, 20.02.2009,
<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,608023-2,00.html>, 04.08.2009

NDR-Staatsvertrag vom 1./2.5.2005,
<http://www1.ndr.de/unternehmen/organisation/rundfunkstaatsvertrag2.pdf>,
14.08.2009

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen vom 10. Dezember 1948, <http://www.un.org/Depts/german/grunddok/ar217a3.html>,
16.08.2009

- Anhang -

Verzeichnis der Anlagen

Anlage 1: Länderberrichterstattung nach Themenbereichen 2008

Anlage 2: Overview: Conflicts in Sri Lanka

Anlage 3: Conflict Intensities

Anlage 1: Länderberichterstattung nach Themenbereichen 2008

Anzahl der Beiträge

	Politik BRD	Politik inter- national	Wirt- schaft/ Verkehr	Gesell- schaft/ Justiz	Wissen- schaft/ Kultur/ Natur	Unfall/ Katas- trophe	Krimi- nalität	Human Interest/ Buntes	Sport	Wetter	Sons- tiges	Gesamt
USA	14	1 183	271	83	181	366	69	208	53	–	–	2 428
China	14	354	50	75	18	177	9	24	328	–	–	1 049
Frankreich	10	463	37	41	56	90	72	75	173	–	–	1 017
Afghanistan	204	392	–	25	–	7	23	3	–	–	–	654
Israel	5	545	1	40	16	6	12	15	–	–	–	640
Russland	12	411	13	19	57	21	12	11	39	–	–	595
Großbritannien	11	153	46	40	43	72	29	131	69	–	–	594
Belgien	8	489	13	15	–	22	3	3	29	–	–	582
Österreich	2	66	48	11	8	66	80	79	217	3	–	580
Georgien	18	484	–	11	–	1	–	–	–	–	–	514
Italien	–	166	13	72	80	25	35	36	57	–	–	484
Schweiz	–	90	18	6	33	13	16	18	204	–	–	398
Türkei	2	160	3	50	2	31	77	21	31	–	–	377
Spanien	–	48	23	33	27	73	8	24	134	–	3	373
Irak	11	270	4	23	2	–	–	21	–	–	–	331
Ex-Jugoslawien	–	218	1	62	–	26	–	15	–	–	–	322
Pakistan	8	181	–	9	–	56	1	5	–	–	–	260
Myanmar	–	60	–	9	–	175	–	–	–	–	–	244
Indien	2	137	14	32	3	35	1	12	–	–	–	236
Somalia	23	84	–	–	–	–	129	–	–	–	–	236
Deutschland	4 981	834	3 241	1 998	692	710	999	1 285	1 349	2 161	261	18 511
Gesamt	5 425	10 235	4 101	3 104	1 636	2 438	1 891	2 222	3 148	2 164	264	36 628

Quelle: Krüger 2009, S. 90

Anlage 2: Overview: Conflicts in Sri Lanka

Name of conflict ¹	Conflict parties ²	Conflict items	Start	Change ³ Int. ⁴	
Sri Lanka (Buddhists - Hindus, Muslims, Christians)*	Buddhists vs. Hindus, Muslims, Christians	regional predominance	1948	•	2
Sri Lanka (Jamiyathul Ulama - Sufis)*	Jamiyathul Ulama vs. Sufis	regional predominance	1978	↘	2
Sri Lanka (LTTE - EPDP)*	LTTE vs. EPDP	regional predominance	1986	•	2
Sri Lanka (LTTE - JVP)*	LTTE vs. JVP	other	1976	•	2
Sri Lanka (LTTE - PLOTE)*	LTTE vs. PLOTE	regional predominance	1979	•	2
Sri Lanka (LTTE)	LTTE vs. government	secession	1976	•	5
Sri Lanka (LTTE, Tamils - SLMC, Muslims)*	LTTE, Tamils vs. SLMC, Muslims	regional predominance	1976	↘	2
Sri Lanka (LTTE-East - LTTE)	LTTE-East (Karuna Faction) vs. LTTE	regional predominance	2004	•	3
Sri Lanka (Sinhalese nationalists)*	Sinhalese nationalists, conservative Buddhist clergy, JHU vs. government	system/ideology, other	1948	↘	1
Sri Lanka (SLMC)*	SLMC vs. government	other	1981	•	1
Sri Lanka (Upcountry Tamils)*	Upcountry Tamils vs. Sinhalese nationalists, government	regional predominance, other	1948	•	1

¹ Conflicts marked with * are without description

² Mentioned are only those conflict parties relevant for the period under review

³ Change in intensity compared to the previous year: ↑ or ↗ escalation by one or more than one level of intensity; ↓ or ↘ deescalation by one or more than one level of intensity; • no change

⁴ Levels of intensity: 5 = war; 4 = severe crisis; 3 = crisis; 2 = manifest conflict; 1 = latent conflict

Quelle: HIK 2008, S. 55

Anlage 3: Conflict Intensities

State of violence	Intensity group	Level of intensity	Name of intensity	Definition
Non-violent	Low	1	Latent conflict	A positional difference over definable values of national meaning is considered to be a latent conflict if demands are articulated by one of the parties and perceived by the other as such.
		2	Manifest conflict	A manifest conflict includes the use of measures that are located in the stage preliminary to violent force. This includes for example verbal pressure, threatening explicitly with violence, or the imposition of economic sanctions.
Violent	Medium	3	Crisis	A crisis is a tense situation in which at least one of the parties uses violent force in sporadic incidents.
	High	4	Severe crisis	A conflict is considered to be a severe crisis if violent force is used repeatedly in an organized way.
		5	War	A war is a violent conflict in which violent force is used with a certain continuity in an organized and systematic way. The conflict parties exercise extensive measures, depending on the situation. The extent of destruction is massive and of long duration.

Quelle: HIK 2008, S. 2

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Rosbach v. d. Höhe, den 11.09.2009

.....